

The book cover features a vibrant orange background with several thick, wavy blue lines that curve from the top left towards the bottom right. The text is positioned in the upper right and lower left areas.

Gilson Santos

Storytelling é a
arte de contar
historias e
conquistar clientes

**Storytelling-
Como
Contar
Histórias
Que Vendem**

Storytelling

Como Contar Histórias que Vendem

“Boas histórias nos surpreendem. Elas nos fazem sentir. Elas ficam presas na nossa mente e nos ajudam a lembrar de idéias e conceitos que nenhum powerpoint ou gráfico jamais poderia.”

- Joe Lazauskas

Por Gilson Santos

Todos os direitos reservados © Afiliado /Gilson Santos

Todos os direitos reservados: Nenhuma parte desta publicação pode ser transmitida, reproduzida ou copiada em nenhum tipo de formato seja, eletronicamente, mecanicamente, inclusive fotocópia, fax, gravação de nenhum tipo de de informação, nem parte dela, pode ser copiada sem expressa autorização do autor.

DISCLAIMER E AVISOS LEGAIS:

A informação contida neste PDF representa a visão do autor na data de publicação.

O autor se reserva ao direito de alterar e atualizar sua opinião baseada em novas condições do mercado. Este PDF é meramente educativo. Enquanto todo tipo de verificação foi feito para validar este processo apresentado neste pdf. Nem o autor, nem os afiliados assumem nenhuma responsabilidade por erros, ou omissões.

Gilson Santos

Storytelling

*Como Contar
Histórias Que
Vendem*

**Best
Seller**



TODA HISTÓRIA TEM UM COMEÇO

E a história da humanidade pode ser a chave para entender porque sentimos tanto fascínio por histórias.

Segundo antropólogos, nos tempos das cavernas, nossos ancestrais se sentavam em volta da fogueira à noite, e depois de um dia de caçada e perigos, contavam histórias entre as crianças e família.

Estas histórias eram sempre cheias de exageros o que fazia com que crianças ficassem impressionadas, e como em geral elas eram contadas de modo a destacar como eram valentes e ao mesmo tempo alertar os ouvintes dos perigos nas caçadas.

De geração em geração estas histórias deram origens às lendas que nunca morrem.

Contar histórias é a melhor forma de transmitir um conhecimento, entreter e educar.

E isso é tão forte e tão sério, que até vem sendo o grande segredo da TV, Jornais e todo tipo de mídia.

(tá, não é bem um segredo, mas de tanto sermos submetidos a isso, quase nem identificamos isso)

Entretenimento através de histórias.

Talvez você esteja se perguntando: "O que isso tem a ver com o Marketing Digital?" Continue lendo e você vai entender.

Se você assiste o seu programa favorito de TV, você vai identificar o conceito.

Como a TV consegue gastar tanto dinheiro com atores, novelas, cenários, filmes, programas ao vivo, e não te cobrar nada por isso?

Se você pensou: Anúncios!... Você acertou.

O principal objetivo dos canais de TV é atrair o maior número possível de audiência para poder oferecer espaços publicitários, seja nos intervalos, seja nos próprios programas de auditório, etc.

E para atrair esta audiência, eles se reinventam criando histórias para novelas, criando reality shows, e trazendo reportagem de forma gratuita.

Basicamente o que eles fazem é Storytelling.

Criam um conteúdo para um público específico de acordo com o horário e entre eles, comerciais.

E isso é EXATAMENTE o que os grandes nomes do mercado gringo fazem quando trabalham com email marketing:

Eles criam conteúdos de valor, e à partir daí criam uma sequência de emails entregando tanto valor percebido que, no dia em que enviam a oferta, o leitor está quase coagido a comprar dele.

Isso funciona ainda?

Sim!

Qualquer um pode fazer isso?

Não!

Eu cansei de ver afiliados ou até mesmo produtores criarem conteúdos com esta mentalidade...

Há dois tipos de profissionais:

- Os que trabalham 100% do tempo como afiliados

- Os que, como eu, só trabalham nas horas vagas

Se você é profissional e trabalha 100% do seu tempo, você certamente vai começar bem criando seu conteúdo, suas técnicas, mas o problema, que normalmente acontece com este tipo de afiliado/infoprodutor é que ele até começa bem:

- Dando dicas no Twitter
- Dando dicas no Youtube
- Dando dicas no Instagram
- Dando dicas por email

Até o dia que ele se cansa, e para não se tornar repetitivo ele cái na armadilha de falar de mindset (que é importante). Mas o perigo do mindset é que existe uma linha fina que separa ele do conteúdo de auto-ajuda.

E infelizmente é o caminho inevitável que todo canal de Youtube que começou com a pretensão de dar uma "sacada" a cada terça-feira, uma vez por dia, de repente uma vez por mês.. e quando não se torna repetitivo... acaba na auto-ajuda, ou abandonado.

Como eu sei disso?

Isso aconteceu comigo (não cheguei no nível "auto-ajuda" mas acabei desistindo porque não achei que seria justo ficar ensinando conteúdos repetitivos para minha audiência).

E francamente?

Isso acontece com 99% dos afiliados que embarcam nessa.

Mas Marcelo, e os grandes gurus que dão uma "sacada" por dia?

Em primeiro lugar, a maioria deles são discípulos do Gary Vaynerchuk (Um empreendedor americano que gera conteúdo TODO santo dia).

Mas... ele tem toda uma estrutura:

- É milionário
- Tem uma equipe para cuidar de toda a distribuição de mídia nas redes sociais.
- Anda rodeado por profissionais filmando e editando o dia todo.

E isso não é uma realidade para todos, infelizmente.

(Se você está nessa, sinto muito te dizer que isso... vai chegar uma hora que você vai cansar).

A maioria dos cursos de afiliado vão te ensinar como criar uma sequência de emails seguindo o padrão:

- Dia 1: Email de conteúdo
- Dia 2: Email de conteúdo
- Dia 3: Email de conteúdo
- Dia 4: Email com oferta.

*A quantidade de dias de "conteúdo" varia de sequência para sequência.

Funciona? Sim.

Você tem que ser muito consistente e tem que se dedicar 100% no seu negócio online, e isso é um luxo que nem todo mundo pode ter se dar.

O outro tipo de afiliados são os que, como eu, são afiliados apenas nas horas vagas, simplesmente não vão ter tempo para nada disso.

É nessa hora que o Storytelling nos salva.

Usando a mesma técnica da TV, através da arte de contar histórias você vai fugir da necessidade de ter que criar conteúdo e cair no ciclo vicioso e chato (especialmente para quem tem pouco tempo para fazê-lo).

Vamos nessa?

Como eu conto histórias

Meu processo de contar histórias apela para o senso comum, eu gosto de imaginar que estou sentado numa lanchonete popular junto com o meu leitor.

Imagine que você está num bar com amigos, pense em como você tem liberdade para falar de tudo o que você gosta com total liberdade, sem ter que usar aquela formalidade que normalmente é usada com desconhecidos.

Com amigos é muito interessante, você pode usar gírias você pode ser autêntico e falar o que realmente pensa.

(Embora numa mesa de bar os assuntos abordados podem ser diversos, no email marketing por exemplo, é importante evitar falar de futebol, política e religião, porque se a sua audiência, que no fundo não é tão amiga sua tiver uma opinião diferente, pode acabar deixando de te seguir).

Outra coisa importante é que em se tratando de email marketing ao escrever você deve ter em mente um amigo seu e sempre escrever "para uma pessoa".

Quando você escreve um email embora seja para toda sua lista, ele é lido individualmente, então é fundamental que você escreva como se tivesse falando com o "Rômulo" o seu melhor amigo.

Se usar este recurso de criação de avatar, vai ficar mais fácil se essa pessoa realmente existir na sua vida e assim, toda vez que você escrever para sua lista, mentalmente vai escrever para o "Rômulo" (o seja lá qual for o nome do seu melhor amigo).

Óbvio que não é para colocar o nome dele(a) no email, né?

Comerciais de TV



Já que entendemos o conceito, vamos falar da primeira forma de se vender utilizando a estrutura dos comerciais de TV.

A tv tem a capacidade de nos colocar em estado alfa, isso é, nosso corpo se relaxa e nossa atenção fica toda direcionada para o episódio da novela ou

filme que estiver passando.

Neste estado estamos mais propensos a não sair, à menos que o filme acabe, tem vários estudos científicos sobre isso e é por isso que a TV tem o poder de vender tanto, neste estado as pessoas estão mais propensas a dizer "Sim", e desenvolverem o desejo pelo produto ou serviço anunciado, especialmente se ele estiver linkado ao público alvo correto, na hora correta...



Sabe aquele comercial de sorvete justo depois do almoço que te deixa com uma vontade enorme de consumir um? É de propósito!

Quem nunca assistiu Netflix e prometeu para si mesmo: "só mais este episódio e vou dormir..."

E quando foi ver eram 5 da manhã porque no finalzinho de cada episódio aconteceram mudanças dramáticas na trama e você "simplesmente não pode ir dormir sem saber no que vai dar"...

Quem nunca?

Eu já. rsrs.

E no final acabei vendo a temporada inteira porque o gancho no finalzinho de cada episódio era forte demais para ser resistido. =)

Aí está a chave do Storytelling.

Curiosidade



Anote: O MAIOR GATILHO para deixar o seu leitor vidrado e sem resistir é...**Curiosidade.**

Não é à toa que tem aquele velho ditado:

"A curiosidade matou o gato".

Mata objeções também e acaba gerando mais vendas que é o que todos nós queremos, certo?

O lance agora é saber como é possível gerar "histórias" para nossos leitores?

Será que dá o mesmo trabalho que "criar conteúdo de valor"?

NÃO!

Continue lendo que mais pra frente vou te ensinar como eu faço isso da maneira mais fácil e ridícula que você pode imaginar.

Voltemos aos comerciais...

Vou usar a estrutura de email marketing por agora, mas o que você vai aprender aqui funciona perfeitamente para qualquer tipo de mídia em texto, artigos, etc.

Você vai começar seu email com um Assunto (título) extremamente curioso.

"Como perder 10 kilos em 2 semanas comendo hambúrguer, cachorro quente e pizza e sem fazer academia"

Te interessa saber isso?

Eu adoraria saber como fazer isso.

Percebeu?

Vou te mostrar um email que eu mandei para minha lista que me deu uma taxa boa de abertura e gerou muitas vendas.

Se você estiver inscrito na minha lista vai perceber que eu pratico o que ensino, por uma razão..... Funciona!

Então deixe seu pensamento crítico de lado por um momento e veja como eu monto uma estrutura de email Marketing que me gera vendas diárias... contando histórias.

Veja só:

Ex-jogador de futebol teve a perna amputada e hoje bate pênaltis impossíveis de serem defendidos (sem ajuda de muletas)

Adamastor é um ex-jogador da terceira divisão que perdeu a perna em um acidente de carro em Bragança Paulista.

Apesar de ter a carreira encerrada, ele continuou nos gramados treinando as crianças da escolinha.

A sua deficiência não impediu Adamastor a desenvolver uma técnica de cobrar pênaltis que faz com que goleiros (goleiros que não são deficientes, inclusive de 2a divisão) não consigam defender..

78% de aproveitamento.

Como isso é possível?

Eu sinceramente não sei porquê mas por mais que eu procurasse, não achei nenhum vídeo no Youtube, mas o site diz que isso é verdade. =)

Deficiente sem perna bater penaltis sem muletas?

Como isso é possível?

Sei lá eu não sei qual é exatamente o Segredo do Adamastor...

*Mas **esses segredos aqui** podem realmente mudar sua forma de ver o mercado de afiliados.*

Já viu?

Abraços do Gilson Santos

Vamos analisar:

Embora este email tenha a tendência de atrair maiormente o público masculino por se tratar de um tema mais interessante para homens (culturalmente falando) - o Futebol - a taxa abertura foi boa e vendi bastante.

Agora imagine que você está abrindo seu email e está lá aquela enxurrada de títulos do tipo:

"Oferta imperdível"

"Promoção"

"Lançamento"

"Venda mais"

Ou o pior de todos: Aqueles que o afiliado nem se dá o trabalho de modificar a copy fornecida pelo produtor...



Como sua audiência vê sua oferta... Você confiaria comprar um carro do vendedor acima?

Todos fortes candidatos a nem serem lidos.

Agora imagine que entre eles aparece um título que fala de um **ex-jogador de futebol** e que **só tem uma perna** e que bate pênaltis **impossíveis de serem defendidos** ??

Isso é forte demais, o cara entra em um estado de curiosidade que é irresistível não clicar para ler o email.

A isso chamamos de **disrupção**

disrupção



Significado de Disrupção

substantivo feminino

Ato de romper, de interromper o curso natural de; ruptura, rompimento, fratura: disrupção de um processo.

[Eletricidade] Restabelecimento súbito de uma corrente elétrica.

[Medicina] Tensão súbita de um estreitamento.

Agitação ao redor de um obstáculo para a escoamento de um líquido; deflexão.

Etimologia (origem da palavra *disrupção*). Do latim disruptio.onis, "fratura, quebra".

Só com isso já aumentamos a taxa de abertura.

No Corpo da mensagem ele então encontra a história do cara que perdeu uma perna num acidente, e que mesmo assim continuou perseguindo seu sonho (jornada do herói*) para em seguida desenvolver uma técnica única de bater pênaltis.

**Jornada do herói é uma técnica de escrita, uma receita de bolo presente em todos os filmes e livros, a estrutura obedece uma ordem definida e comprovada que por alguma razão bizarra faz todo mundo ficar vidrado , pesquise no Google por Jornada do herói, existem bons livros sobre o assunto também.*

Mas aí a coisa piora. Os goleiros contra quem ele bate os pênaltis não são deficientes, são goleiros de terceira divisão.

Nesse ponto a curiosidade já está no ápice, ele tem que abrir para ler no que vai dar isso.

Em seguida eu eu faço uma linkagem do assunto do email com a minha oferta através de uma palavra conectora.

Como o assunto do corpo do email foi um "segredo" descoberto pelo jogador, eu aproveito o gancho e uso a mesma estrutura.

"Mas estes segredos..."

Daí lanço a oferta.

Outro detalhe: Eu não revelo, neste exemplo, absolutamente nada.

Eu não menciono o nome do segredo , não digo o nome do produto, só falo vagamente dos benefícios.

Isso só aguça a curiosidade e o leitor tende a clicar mais para saber.

Mesmo que ele não compre, já fica com os cookies marcados no navegador dele, se decidir comprar depois, eu ainda assim recebo a comissão.

Este é um exemplo típico do modelo da TV sendo aplicado ao email Marketing.

Curiosidade + Oferta.

Mais adiante explicarei como criar histórias assim.

Vejamos mais um exemplo:

Título:

Saiu hoje no jornal: Ex-traficante Fernandinho Beira Mar vira empreendedor digital mesmo atrás das grades!!! (Minha cabeça Explodiu)

Como não querer ler isso?

Conteúdo do email:

Esta notícia saiu hoje e tem o potencial de se tornar um dos TOP trendings do Twitter, o ex-traficante Fernandinho Beira Mar aderiu ao modelo de Marketing Digital e mesmo detrás das grades vai lançar sua marca de e-commerce a FBM.

Inicialmente vai vender livros de autoria dele, escritos durante os já 18 anos de prisão, além de canecas, capas para celulares e tablets e outras coisas mais.

Extremamente inteligente, Beira-Mar não tem acesso à internet exceto ao assistir as aulas à distância da Faculdade de Teologia, que ele acabou de se formar.

Todos os produtos serão fabricados por pacientes de centro de recuperação de drogados, afiliados à igreja que endorsa o agora teólogo, Fernandinho Beira Mar.

Ele divide opiniões, alguns acham que isso tudo é uma fachada para tocar seus negócios no tráfico, outros o vêem como um exemplo de superação e de certa forma o comparam (guardada as devidas proporções) ao Jordan Belfort, o lobo de Wallstreet.

Beira-Mar viu no modelo e-commerce uma nova forma de se reinventar, reescrevendo sua história.

Eu sinceramente não sei.

E você?

Acha que ele realmente mudou?

*Abraços do **Gilson Santos***

PS: Você não precisa ser um ex-traficante para mudar de vida, se reinventar. Você sabia que existe um modelo de negócio online que te dá privacidade, no seu ritmo e extremamente lucrativo e você está 99% pronto, (mesmo sem saber do que estou falando) e o único 1% que falta é a cereja do bolo que eu explico minuciosamente em detalhes aqui.

Análise: Pelo título eu já garanti uma alta taxa de abertura, afinal Fernandinho Beira Mar é uma personalidade pública, e o fato de ser quase impensável que ele um dia seja um "afiliado" ou "infoprodutor" torna irresistível não querer saber mais sobre isso.

No texto eu simplesmente escrevi com minhas próprias palavras o que li sobre esta notícia.

Neste caso eu coloquei um PS: abaixo da assinatura fazendo o link com o meu produto afiliado que é tão "fora da curva" quanto a notícia.

Aqui vale lembrar que é necessário bom senso para escolher um produto que se adapte à história, ou fazer que a história se adapte a alguma característica do produto.

Resultado? Pouca gente saindo da minha lista, as pessoas acabam gostando do conteúdo que estou gerando por ser diferente, inusitado, impensável e acabam comprando quando o produto tem um bom apêlo para a necessidade deles.

Informercials

Informerciais, em português são aqueles programas de TV que parecem ser um programa com conteúdo, até que você se dá conta que eles são feitos apenas para vender um produto ou serviço.



Quem nunca viu uma celebridade morrendo de amores por um produto que frita por dentro e doura por fora com apenas 1 gota de óleo, para baixar seu colesterol ???

A técnica do infomercial (Pense em programas estilo Ana Maria Braga) é o que eu aplico nos meus emails para diferenciar da maioria, eu proponho entretenimento, se isso funciona na TV porque não funcionaria por email?

O que você tem que ter cuidado é para não criar o efeito decepção (efeito indesejado) e eu já vi isso acontecer, vou dar um exemplo de um email que fez muito barulho lá na gringa de um copywriter que não foi muito feliz.

Título:

Estarei ausente da internet por razão do meu divórcio.

Corpo do email:

Eu estava chegando do trabalho depois de um dia inteiro de muito estresse, pensei chegar em casa e poder descansar, meu relacionamento já não ia bem, mas a pior coisa que poderia me acontecer estava ali naquele maldito bilhete na mesa da cozinha:

"Alberto, vamos ser honestos, as coisas já não andam bem, para mim não dá mais, eu não posso mais viver com você, não estou feliz e você também não, vamos dar um basta nisso. Não quero me enganar e nem te enganar, para mim chega.

Não me procure mais,

assinado: Mary.

Qualquer um ficaria devastado ao ver um bilhete assim, ainda mais depois de tanto tempo juntos, eu bebi todas naquela noite, e na manhã seguinte, [o que eu fiz](#) mudou a minha vida para sempre.

**"o que eu fiz" era um link embutido ao clicar ali levava para uma página de um produto afiliado que não tem ABSOLUTAMENTE nada a ver com o conteúdo do texto.*

O cara foi absurdamente criticado e perdeu muitos seguidores, porque como leitores, eles queriam ver um final para aquela história, e portanto foram frustrados ao serem apresentados a um produto afiliado quando não estavam com o "MODO DE COMPRA" ativado.

Um guru famoso ficou mal também quando mandou um email com o título "Nota de Falecimento" e no final o assunto do email nada tinha a ver com a morte de ninguém. Perdeu muitos seguidores e foi duramente criticado também.

Então é importante entreter com boas histórias, mas fazer a transição da história para a oferta de maneira sutil, exatamente como demonstrei nos 2 emails anteriores (que mostrei acima).

Como na TV



Na TV temos diversos tipos de programas, para adultos, para crianças para família, noticiários, e é exatamente com esta mentalidade que divido meus emails.

Eu costumo mandar emails com histórias interessantes, mas também ando emails com piadas, humor, e histórias frustradas.

Os psicólogos talvez possam explicar isso melhor, mas o ser humano tem um prazer bizarro de rir da desgraça alheia.

Há uma certa idade na infância em que a criança desenvolve esta "habilidade" de sentir uma enorme vontade de rir quando alguém tropeça, ou quando alguém escorrega e cái, por exemplo.

O Faustão tinha enorme audiência com as vídeo cassetadas.

Este tipo de conteúdo é uma espécie de humor que qualquer ser humano, independente da idade, se vê impactado.

De crianças a idosos, todos sentem uma enorme vontade de rir quando algo "ruim" acontece com alguém.



(Quem nunca se pegou vendo vídeos no Youtube de coisas assim?)

Baseado neste mesmo princípio, eu costumo enviar histórias inusitadas de pessoas que perderam dinheiro (taxa de abertura altíssima) ou que foram terrivelmente frustradas por ganância.

As pessoas simplesmente ADORAM isso.

O importante é que você pegue uma história (não se preocupe, já vou te ensinar como fazer isso) e utilizá-la como base, modificando conforme for necessário para adaptar à sua realidade.

"Mas Gilson Santos, isso não seria meio anti-ético? Inventar uma história?"

Ei.. e as novelas e filmes que todos assistem... são reais?

O importante é criar um entretenimento.

O fato de que você está diferenciado dos demais afiliados por si só é um ponto a seu favor, adicione a isso o fato de que se suas histórias forem realmente boas, as pessoas não vão querer sair da sua lista!

Bom, agora que você sabe que é importante ser um bom contador de histórias, é importante saber que pessoas gostam de casos curiosos, casos enigmáticos, coisas que chamem a atenção e que instiguem a curiosidade.

Você consegue lembrar de algumas cenas de um filme que assistiu? Certamente houveram cenas que ficaram gravadas na sua memória.

"Serginho do Pó"



O nome dele era Sérgio, mas era mais conhecido como Serginho do Pó, porque ele sempre estava sujo de giz e tinha uma cara de drogado...

Era um professor de física na 8^o série que usava histórias para ensinar a matéria.

Como física envolvia muita matemática, muito pouca gente gostava, mas as aulas do Serginho eram absurdamente concorridas.

Havia alunos que faltavam às aulas e vinham somente no final da manhã de sexta-feira para assistir aula com o Serginho.

Ele começava as aulas dizendo:

Galera, hoje é SEXta feira, dia da Cheiresta! (hahaha)

E sempre contava histórias que ele mesmo dizia ter vivido, e acredite ou não... quase 27 anos depois, eu ainda sou capaz de me lembrar de várias delas.... especialmente porque sempre tinha muito humor.

Era uma maneira didática de ensinar um assunto chato, e muitas fórmulas inúteis de física eu ainda sei de memória por causa do uso de Storytelling que ele aplicava às aulas.

Este é o tipo de impressão que queremos causar nos nossos leads: Que eles JAMAIS esqueçam das nossas histórias.

Se você manda uma oferta de algum produto para alguém... se a pessoa vê já pelo título do email ou do artigo que sua REAL intenção é vender um produto...

À menos que o leitor esteja com o "modo compra" ativado, certamente ele vai ter dezenas de objeções na cabeça para não comprar:

- Ele pode estar juntando dinheiro para pagar o aluguel
- Ele já comprou outros produtos e não teve resultados
- Ele já comprou outros produtos e teve uma experiência ruim com o suporte.
- Ele não recebeu pagamento ainda. (o cartão ainda não virou)
- Ele está irado porque nunca vendeu nada e acha que qualquer um oferecendo produtos online é, no fundo um enganador.

É o mesmo quando você está andando no centro e vendedores tentam te parar para fazer uma pergunta, ele pode até vir com aquele papo mole de que é "uma pesquisa" mas de longe ao vê-los, uma luz acende na nossa cabeça e a gente desvia, falamos que estamos com pressa para "evitar uma venda forçada".

Percebeu que esse é o efeito ruim que um email de vendas gera nas pessoas?

Agora tome por exemplo um Podcast (se você não sabe o que é um podcast, é um programa de rádio geralmente com entrevista, que pode ser escutado à qualquer hora através da internet ou mesmo baixado para seu telefone).

Normalmente a estrutura de um Podcast é em cima da estrutura da TV, descrita acima.

Cria-se uma pauta de um assunto relevante e interessante para o público daquele podcast.

No início, ou no fim do podcast o convidado ou o apresentador vai divulgar o "jabá" (anúncio patrocinado) que geralmente tem tudo a ver com o conteúdo.

Aí vai o **Gancho**.



O gancho é a parte final do email quando após contarmos uma história conectamos a mesma com uma oferta.

Vou dar um exemplo:

Título: O banco aumentou o saldo dele por um erro, veja o que ele fez.

O cara tinha 18 mil reais na conta...

Daí por um erro de programação o banco adicionou mais 3 zeros á direita... resultado:

O cara, dono de um restaurante de luxo, da noite para o dia tinha 18 Milhões na conta!

O que ele fez à seguir foi:

- Comprou um Porsche vermelho por 280 Mil reais*
- Depositou 150 mil na conta do pai*
- Pagou 50 mil para um fornecedor*
- Pagou 180 mil para outro fornecedor.*

- *Transferiu 500 mil para uma outra conta dele mesmo.*

O lance é que o banco se deu conta do erro...

E conseguiu bloquear praticamente todas as operações, exceto a do Porsche...

A polícia Federal foi atrás do indivíduo, e conseguiu tomar posse do Porsche.

O advogado do cara falou que está processando o banco por constrangimento e pedindo uma indenização.

O delegado do Polícia Federal alegou que a movimentação bancária do dinheiro que o indivíduo sabia que não era dele, configura estelionato e ele pode pegar até 11 anos de cadeia....

Rrsrsrs

Que vacilão.

Eu jamais faria isso.

E você? O que faria se isso acontecesse com você?

OBSERVE O GANCHO AGORA

Uma coisa é ter um dinheiro caído "acidentalmente" na sua conta...

Outra é ter a CERTEZA que tudo o que cáí lá é legítimo, honesto, e 100% seu!

Eu sinceramente não recebi uma bolada dessas na minha conta, mas sei como gerar ingressos bancários todo o santo dia, através de uma metodologia consistente, escalável e fácil de aplicar.

Se você quer ter uma "licença" para "imprimir dinheiro" clique aqui (lógico, isso é uma força de expressão, tudo que ensino é legal)

E ao aplicar isso eu vendo para meus leitores, e ao mesmo tempo faço que eles fiquem "ansiosos" pela minha próxima história. (com outra oferta embutida).

É óbvio que eu sempre tento mandar histórias para minha audiência, mas é importante diversificar, sempre criando uma atmosfera de que você realmente está numa mesa de bar cercado de amigos.

O que normalmente eu faço é alternar a "programação" da minha programação... exatamente como a TV faz.

Segunda eu posso mandar uma piada.

Terça eu mando uma história de drama.
Quarta eu mando uma oferta direto ao ponto.
Quinta eu falo de uma técnica que eu uso.
Sexta eu falo de uma história de humor.
Sábado eu mando uma história que está nos trendings.
Domingo eu mando uma história curiosa.

E assim por diante.

Onde Conseguir estas Histórias?



Como você deve imaginar eu não invento todas estas histórias, na verdade eu tenho um processo para encontrar estas histórias, que em geral é muito fácil de fazer.

Como todo bom contador de histórias, você tem que prestar atenção ao que está na boca do povo, no que está agitando as notícias no momento...

Por exemplo, no momento em que estou escrevendo este ebook, houve um caso de um ministro que teve o Celular Hackeado.

Pense no título de email:

"Ele baixou um app e quase parou na cadeia."

Que app é esse?
Como esta história aconteceu?
Será que estou em perigo?

Tudo isso passa na cabeça do seu leitor.. e a curiosidade vai fazer com que eles abram seu email.

Óbvio que você tem que ter a história PRIMEIRO para depois pensar num título assim.

Mas onde conseguir estas histórias?

É o que você vai aprender à seguir.

Alertas do Google.



<https://www.google.com.br/alerts>

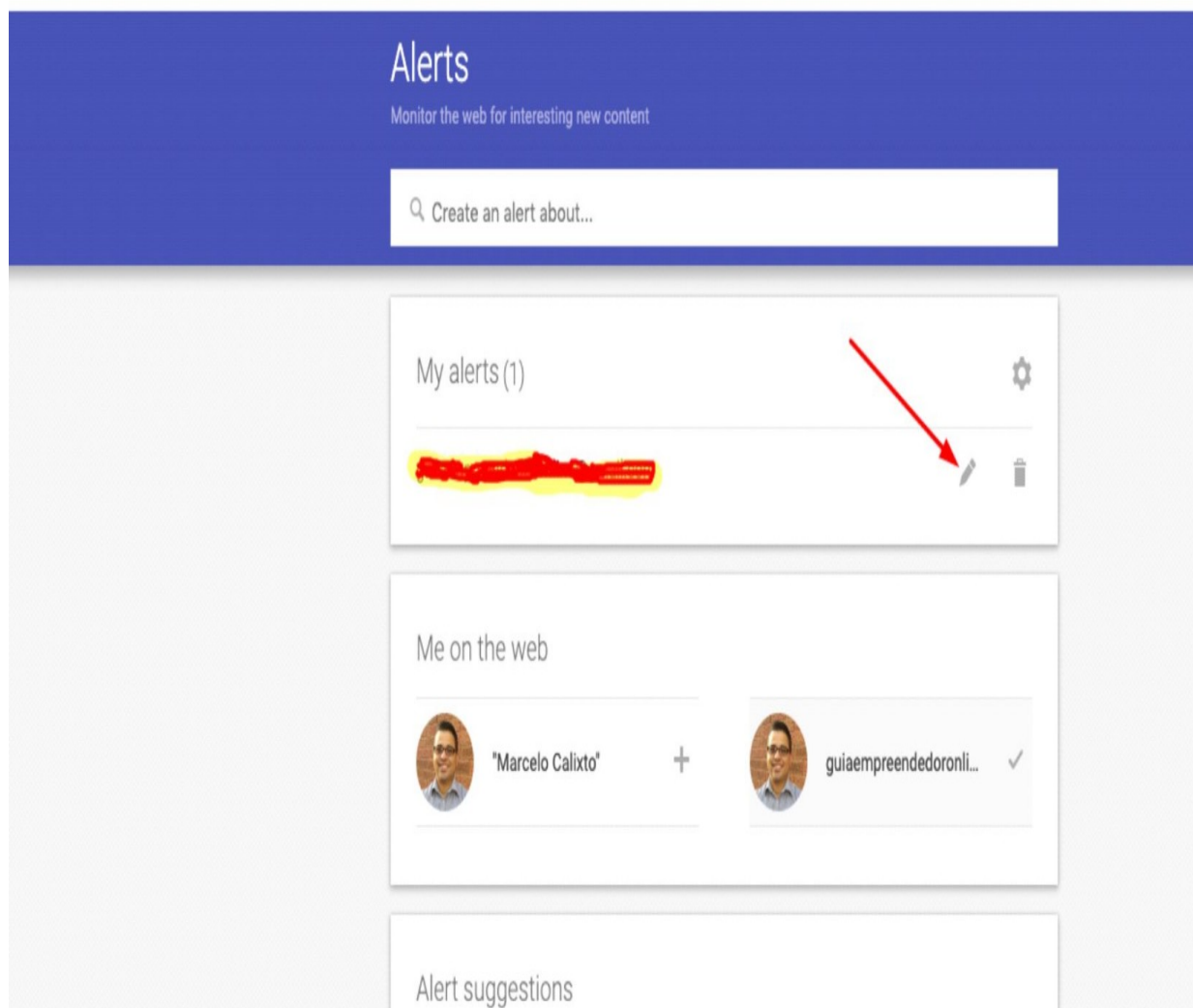
Este é um serviço meio desconhecido mas bastante útil, e o que ele faz é o seguinte:

Você coloca as palavras chave que mais te interessam e ele vai mandar periodicamente sites com o conteúdo mais relevante para sua busca... diretamente no seu gmail.

Assim como a maior parte dos produtos Google, é totalmente grátis e bem simples de usar.

E é neste tipo de serviço que muitos copywriters ou criadores de artigos usam para se inspirarem e criarem seus conteúdo.

Veja como é fácil:



Em primeiro lugar clique no lápis como indicado.

Agora vai abrir uma janela com mais opções para que você encontre o que você refine sua busca.

Alerts

Monitor the web for interesting new content

histórias curtas

How often: At most once a day

Sources: Automatic

Language: Portuguese

Region: Brazil

How many: All results

Deliver to: guiaempreendedoronline@gmail.com

Update alert Hide options

Alert preview

NEWS

Mostra exhibe retratos gigantes de moradores da Lagoinha, em BH

Estado de Minas

Na Lagoinha, memórias e histórias de quem fez e faz viver uma das ... curta-metragem baseado nas histórias contadas pelos próprios moradores.

'O Método' filme naícho sobre o trabalho de documentaristas estreia no Canal Curta!

No exemplo acima eu selecionei "histórias curtas" como palavra chave.

Na primeira opção "**how often**"

Você seleciona com que frequência quer ser avisado quando um site for indexado e nele estiver contido as palavras-chave que você selecionou.

As opções são:

- Assim que aconteçam.
- No máximo uma vez por dia.
- No máximo uma vez por semana.

Na segunda opção "**Sources**"

Neste caso você selecionar de onde quer que os resultados venham.

As opções são:

- Automático - o Google é quem escolhe
- Notícias
- Blog
- Web
- Vídeos
- Livros
- Fóruns
- Finanças

*Eu normalmente deixo marcado "automático" porque parece ser que os resultados são a combinação de todas as opções.

Na terceira opção "**Language**"

Se seu nicho é para o público de língua portuguesa, obviamente escolha Português.

Na quarta opção "**Região**"

Se seu público está no Brasil, escolha Brasil ou seleciona a região adequada.

Na quinta opção "**How many**"

Aqui você define quantos resultados quer que o Google te envie.

As opções são:

- All results - Todos os resultados
- Only the best results - Somente os melhores resultados.

Eu não sei qual o critério para que um site seja considerado entre os "melhores resultados" penso que será mais algo relacionado à autoridade do site.

E próxima opção é: Para qual email você quer que seja enviado estas notificações.

E finalmente, clicar no botão azul "Update Alert" para que o serviço comece a ficar ativo.

Vale lembrar que uma vez criado um alerta, você ainda poderá criar vários outros para diferentes nichos e diferentes assuntos/palavras-chave o que vai sempre te dar um bom material para poder trabalhar em cima, sem fazer muito esforço.

Agora você terá que brincar um pouco e testar para encontrar boas palavras-chave para o seu nicho.

Como deve imaginar, nem sempre os resultados são relevantes, e algumas adaptações nas histórias que encontrar podem ser necessárias.

Se a história tiver elementos religiosos, políticos ou futebolísticos, procure omití-los, porque o risco de perder seguidores é grande.

Existem pessoas sensíveis, e o custo de um lead é muito alto, não vale à pena perder um seguidor por conta de um viés ideológico.

Email Marketing é para Marketing, certo?

Outro site interessante é o...

Yahoo Respostas



<https://br.answers.yahoo.com/>

Neste site você, que por sinal é bastante ativo você poderá pesquisar por categorias bem como colocar sua palavra-chave e ver se já foi feita alguma pergunta relacionada.

Caso contrário, basta clicar no box da direita "**Faça uma Pergunta**", que dependendo do assunto, é quase sempre respondido em poucos minutos.

Muitas histórias interessantes eu consegui através deste site, as mesmas dicas relacionadas anteriormente valem aqui: Modifique as histórias para que elas tenham maior relevância para o conteúdo que você quer distribuir.

Você tem uma licença poética para escrever e modificar à vontade - Não há compromisso algum com notícias.

YAHOO! RESPOSTAS

Inicio Mail Noticias Esportes Finanças Celebidades Vida e Estilo Cinema Respostas Mais

Buscar em Respostas Buscar na Web

Marcelo Mail

Todas as categorias

- Animais de Estimação
- Artes e Humanidades
- Beleza e Estilo
- Carros e Transportes
- Casa e Jardim
- Ciências Sociais
- Ciências e Matemática
- Comidas e Bebidas
- Computadores e Internet
- Ecologia e Meio Ambiente
- Educação e Referência
- Eletrônicos
- Entretenimento e Música
- Esportes
- Família e Relacionamentos
- Governo e Política
- Gravidez e Maternidade
- Jogos e Recreação
- Negócios Regionais
- Negócios e Finanças
- Notícias e Eventos
- Produtos do Yahoo
- Restaurantes
- Saúde
- Sociedade e Cultura
- Viagens

Internacional >

Sobre >

Destaque especial 2 de 2 < || >

Depois de um tempo juntos um casal sempre vai ter aquele momento em que decide levar as coisas adiante. Um estudo até diz conseguir prever quando isso vai acontecer (veja mais). Mas como você sabe se é a hora?

Quanto se deve esperar em um relacionamento para casar?
perguntado por Equipe Y! Respostas

Descobrir Responder

Bolsonaro defende trabalho infantil mas não tem emprego nem pros adultos, como que faz?
7 respostas · Política · 10 horas atrás

Na sua opinião, qual é o melhor apresentador entre : Faustão, Rodrigo Faro, Celso Portioli, Silvio Santos, Raul Gil, Hulk ou Mion ?
22 respostas · Outros - Televisão · 2 dias atrás

Atualmente quem está sendo mais odiado pelo povo brasileiro? Lula, Bolsonaro ou Sergio Moro?
33 respostas · Outras - Sociedade e Cultura · 2 dias atrás

Por que mesmo tendo a maior bancada na câmara o PT não faz nenhuma espécie de oposição, e até apoia a reforma da previdência?
20 respostas · Política · 2 dias atrás

Das pessoas presas na lava jato quantas são de esquerda e quantas são de direita?
12 respostas · Lei e Ética · 3 dias atrás

Você vai assistir a terceira temporada de stranger things?
27 respostas · Yahoo Cade? · 2 dias atrás

Faça uma pergunta
normalmente respondida em minutos!

E aí, novidades?

Detalhes Enviar

Manage Campaigns
Impressions
Engagement
mailchimp

Classificação [Mostrar mais >](#)

Em Todas as categorias	Pontos
1 Scarlet	1.153.888
2 lilinha32	1.045.762

Outro ponto a prestar muita atenção é quanto a nomes de pessoas, modifique os nomes, não há necessidade de exibí-los tal como aparecem, a não ser que eles sejam figuras históricas.

Como no exemplo abaixo:

Título: Afiliado, já tinha ouvido falar do Matthias Sindelar?

Eu também não tinha escutado falar dele, mas pelo que se sabe ele foi um grande jogador de futebol.

Dizem também que ele era um hábil jogador de xadrez.

Infelizmente ele viveu o auge da sua carreira no momento errado da história.

Ele jogava pela seleção da Áustria entre os anos 1920 e 1930 e teve sorte, fama e saúde na época.

Até que em Março de 1938 Hitler invadiu a Áustria e Sindelar não era fã dele.

Os Nazistas decidiram dissolver a seleção Austríaca e pegar os melhores jogadores para a seleção Alemã.

Porém uma última partida foi permitida entre Áustria e Alemanha antes que o primeiro time fosse desfeito.

E foi aí que o Matthias Sindelar fez a zueira mais épica da vida dele.

Como era muito hábil ele driblava os alemães e dava uma de bobo, não marcava os gols, (era aquela época em que o futebol não era tão profissional como hoje).

Até que ele finalmente marcou um gol (que deu a vitória para a Áustria) e aí que a coisa fedeu...

Ele correu em frente às arquibancadas VIP e fez uma dancinha de comemoração bem na cara dos oficiais nazistas!!!

(Não se tem registro em vídeo ou foto da dancinha, mas na minha cabeça eu imagino ele fazendo um "floss dance" kkkk).

Para piorar, no final da partida ele anunciou o fim da carreira, o que deixou os Nazis mais irados ainda.

Como era de se prever, Matthias e a namorada foram encontrados mortos em 1939, num incêndio acidental suspeito, muitos acreditam que foram os nazistas.

Eu acho que isso só aconteceu por causa do "floss dance".

Cara corajoso pra caramba, se fosse eu jogaria na seleção alemã de boas e viveria da renda..

*****AQUI vem o Gancho*****

E aqui é como você pode fazer EXATAMENTE o mesmo:

Você sabia que você pode hoje mesmo começar a gerar sua lista de uma maneira inédita e fazer vendas diárias mandando apenas 1 email por dia?? (isso leva apenas 20 minutos).

Esqueça tudo o que aprendeu até hoje sobre email Marketing: O que eu vou te ensinar aqui NINGUÉM ensina porque infelizmente os cursos de email marketing no Brasil ainda seguem o que os americanos faziam há 10 ou 15 anos atrás.

Esqueça:

- *Ter que criar conteúdo de valor*
- *Ter que criar sequência de emails*
- *Ter que passar raiva quando pessoas saem da sua lista*

Este método pode ser aplicado usando qualquer autoresponder, e só leva 20 minutinhos para implementar, total anonimato... E funciona mesmo que sua lista for pequena!

Dá uma olhada e veja se isso é para você.

*Abraços do **Gilson Santos***

PS: Eu tentei email Marketing no passado e só passei raiva, de 2016 para cá venho utilizando este método e a única coisa que lamento é não ter conhecido isso lá em 2008!

Só para você ter uma idéia, é mais simples do que ensinam por aí e provavelmente o OPOSTO do que você está fazendo. (e por isso não vende).

No exemplo acima você vê histórias inéditas que provavelmente provocaram alguma risada, criou entretenimento e quando a pessoa estava já relaxada, o gancho "educadamente" a conduz para uma oferta.

- Sem pressão
- Sem usar gatilhos óbvios

Ela entra pela curiosidade e acaba comprando um produto.

E por conta desta técnica, a médio-longo prazo eu comecei a criar uma lista de email de gente que não apenas está interessada nos meus produtos..

...Eles estão interessados nas minhas histórias, e inclusive teve um dia que eu não pude mandar um email, nem me lembro direito porquê, mas o cara me mandou um email perguntando se eu tinha excluído ele da lista.

Porque ele adorava ler meus emails.

- Entretenimento
- Nada de venda forçada
- Ofertas como se fossem "anúncios de TV"
- Diversos programas (humor, drama, frustração)

Com esta fórmula você será capaz de criar bons emails ou artigos.

Outra fonte para se inspirar:
Jornal Meia-hora



<https://flip.meiahora.com/>



BRASIL VENCE A COPA AMÉRICA, MAS QUEM BRINCA COM O PERU É VOCÊ!

O Peru tá morto com farofa. E como o que tem limite é município, listamos os trocadilhos pra você se deliciar

- PRATO CHEIO PRA ZOAÇÃO**
- SELEÇÃO PÔE O PERU NA RODA
 - TIME DO TITE SACODE O PERU
 - CHUPA, PERU!
 - BRASIL BOTA O PERU PRA FORA
 - PERU CRESCE DURANTE A COPA, MAS NO FIM DÁ MOLE



O PERU FOI PRA CASA DO CANÁRIO



PIZZA DA HORA

PROMOÇÃO DE DAR ÁGUA NA BOCA É SÓ AQUI NO MEIA!

Domino's Pizza

DE R\$ 41,90 POR

R\$ 21,90 UNIDADE

TODO DIA UM SABOR DIFERENTE PELA METADE DO PREÇO

HORA

COMEÇA HOJE!
PEGUE O SEU CUPOM NA PÁGINA 07.

O preço de R\$ 41,90 é válido somente se você compartilhar as 40 mil cestas. Promocão exclusiva para esta mídia, não tem validade, e não substitui as regras gerais. Consulte as condições. Imagem meramente ilustrativa. A Domino's Pizza reserva o direito de alterar ou cancelar esta promoção a qualquer momento. Domino's Pizza do Brasil.

WORLD

GOOD YEAR **DUNLOP** **PIRELLI** **PREÇOS OCULTADOS**

ARO 13	89,99
ARO 14	89,99
ARO 15	89,99
ARO 16	89,99

PROTEÇÃO DE AMORTECEDORES catop

+04 Amortecedores + 04 Batentes
+ 04 Coifas + Alinhamento de Direção +
Check-Up de Freio e Direção

12x 59,99

Rua Uranos Nº 865 - **BONSUCESSO** (Próx. ao supermercado Mundial no lado de CAA)

3798-1662 96431-3131 99427-6620

Este é um jornal do Rio de Janeiro cujas capas são repletas de Headlines curiosas, ousadas, provocativas e trocadilhos (como a que você viu na imagem acima).

Você não tem que copiá-los, mas uma boa pesquisa pode abrir a sua mente para desenvolver seus próprios títulos chamativos, **mas cuidado!** Muita gente pode ficar ofendida e sair da sua lista, mas o que ficarem, com certeza vão comprar de você.

Um outro site interessante para você desenvolver suas histórias é baseada em fatos que estão "na boca do povo", sabe aquelas notícias quentes?

Pois é, elas são os **Trendings** (tendências)

Por exemplo, enquanto eu escrevia este ebook, o vazamento de conversas do Juíz Sérgio Moro no Telegram era o assunto do momento, que tipo de trocadilho poderíamos criar para um título matador?

"Mais uma falha descoberta no Telegram, só que desta vez afiliados estão vendendo mais por conta disso"

"Afiliado explora nova falha do Telegram e está bombando nas vendas"

"Mais uma brecha no Telegram faz afiliados novatos venderem como veteranos"

Nem preciso dizer que o conteúdo do email tem que condizer com o título, certo? E óbvio, o produto que você vai divulgar tem que ter a ver com o Telegram....

Acho que você já pegou o fio da meada.

Twitter Trends

<https://trends24.in/brazil/>

Neste site você poderá ver as hashtags que estão bombando no momento e isso poderá te ajudar a ter boas idéias para você criar seu artigo ou email.

O mesmo vale para este site aqui

<https://www.trendsmap.com/local/brazil>

Ou mesmo na sua conta Twitter você poderá ter uma versão resumida dos trendings (tendências, assuntos mais comentados no momento).

The image shows a screenshot of a Twitter profile page. On the left, there is a sidebar with the following statistics: Tweets: 856, Seguindo: 254, Seguidores: 117. Below these are the trending topics for Brazil, with a red arrow pointing to the 'Tendencias: Brasil' header. The trending topics listed are: #7x1Day (Há cinco anos, acontecia o famigerado 7 a 1 (e jamais esqueceremos)), #ArmyMeansFamily (364 mil Tweets), Mauro Naves (1.044 Tweets), Fora Tite (10,9 mil Tweets), #StaySeicaDay (132 mil Tweets), #CoisasQueGostariaDeTer (As coisas que todos na timeline desejam), Pq NÃO (219 mil Tweets), #FofocalizandoNoSBT, Malévola (Disney lança trailer do novo filme de Malévola), and Léo Batista (1.507 Tweets).

The main content area shows a tweet from INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) with the text: 'INPI promete reduzir burocracia para registro de patentes no Brasil' and a link to 'tecnoblog.net/297823/inpi-pr...'. The tweet includes a photo of the INPI building facade with large letters spelling 'INPI'. Below the photo are icons for replies, retweets (1), likes, and a share icon.

Below the INPI tweet is another tweet from MuleSoft (@MuleSoft) dated 26 Feb. The text of the tweet is: '650 IT leaders weighed in on what's working and what's not.' Below the text is a blue graphic with a white grid pattern.

Agora este é um dos meus favoritos, o site **Quora**.

The image shows the Quora logo, which consists of the word "Quora" in a bold, red, serif font. The letter "Q" is significantly larger than the other letters, and the "u" and "o" are connected. The "r" and "a" are also connected. The logo is centered on a white background.

<https://pt.quora.com/>

The image shows a screenshot of the Quora website interface. At the top, there is a navigation bar with the Quora logo, a home button, a 'Responder' button, 'Espaços', 'Notificações' (with a notification badge), a search bar labeled 'Pesquisar no Quora', and an 'Adicionar pergunta' button. Below the navigation bar, the main content area displays a feed of questions and answers. The first question is 'Qual é a sua pergunta ou link?' by Marcelo Silver. Below it is a question 'O que US\$10.000 poderia comprar agora na Venezuela?' by Alexandre Zaire, with an answer from Alexandre Zaire, estudou Economia monetária & Agronomia. The second question is 'Como é que consigo identificar imediatamente alguém sem auto-estima?' by Adriana Matos, Jurista (2017-até o momento), with an answer from Adriana Matos. The third question is 'Quais são as maneiras mais engenhosas de aumentar o tráfego...'. On the left side, there is a sidebar with a 'Feed' section and several topic recommendations like 'Contar histórias em formato digital', 'ePUB', 'Conselho sobre blogs', etc. On the right side, there is a 'Melhore seu feed' section with tips like 'Visite seu feed', 'Siga outros 20 tópicos', etc., and a 'Convide outros para acessar o Quora em português' section.

Ao criar sua conta ele vai te perguntar pelos seus interesses e à partir daí ele vai alimentar seu feed só com assuntos do seu interesse.

E se você estiver com o inglês afiado, poderá visitar a versão do Quora na língua do Shakespeare para encontrar muito mais conteúdo e histórias

interessantes.

Escolhendo as palavras-chave como:

- histórias engraçadas
- histórias esquisitas

Ou qualquer outra neste formato, você será capaz de encontrar muita coisa interessante que na maioria das vezes é uma história pronta, é só copiar e colar no seu email ou artigo.

*Eu normalmente modifico nomes e mexo um pouco na história para que ninguém saiba de onde eu a encontrei, e assim sua audiência vai sempre te ver como um profissional diferenciado.

Eu recebo constantemente emails de pessoas que afirmam terem comprado de mim porque eu faço exatamente o OPOSTO da maioria, isto é, eu não forço a venda, eu conto histórias interessantes, e isso me dá uma enorme vantagem sobre os outros.

É importante lembrar que você NÃO tem que contar histórias todos os dias, lembre-se que cada tipo de história é um tipo de "programação" para sua lista, então seja criativo e tente diversificar seu conteúdo.

No entanto é importante usar storytelling com frequência para aumentar o interesse da sua audiência e fidelizá-la.

O Quora tem um app que pode ser baixado para Android ou IOS e de vez em quando, mesmo na rua, eu entro só para ter idéias de histórias interessantes para meus próximos emails ou artigos.

Agora vale falar um fato verdadeiro:

Este tipo de emails com gatilhos do tipo:

- "Últimas vagas"
- "Oferta nas próximas 24h somente"
- "Promoção"

Certamente vão gerar vendas, mas os leitores não vão ficar muito tempo na sua lista, você acaba queimando cartuchos muito rápido - Eles se cansam de serem bombardeados por ofertas especialmente quando não estão com o "modo de compra" ativado.

E com isso você acabará tendo uma lista de pessoas que só compram apenas uma única vez de você e saem da sua lista, e esse é um grande erro.

Você deve buscar ter uma lista compradora e fiel, àvida para ler seu próximo email, e é através da arte de contar histórias que você vai conseguir fidelizar seus leitores.

Clientes compram de pessoas que as deixam confortáveis, pessoas que elas consideram amigas, e amigos não vendem... contam histórias.

Carmine Gallo - The Storyteller's Secret

Você viu os emails de exemplo que coloquei ao longo deste ebook, procure ser original e tente escrever suas próprias histórias, não tente usar os meus.

(sua audiência pode descobrir e você pode ficar mal visto).

Desenvolva sua escrita

Não fique preso aos textos, à medida que estas técnicas se tornem naturais para você, desenvolva sua forma de recontar histórias.

No começo eu copiava e colava, depois percebi que é muito mais interessante dar o seu toque pessoal.

Hoje um leitor da minha lista sabe se um texto é meu ou não, eu desenvolvi uma personalidade na escrita.

Procure desenvolver a sua também.

Leia as histórias e recontе-as da sua maneira, com suas palavras, fazendo as pontuações e parágrafos darem um toque pessoal.

Sempre ao final da história dê o "seu parecer"..

O que você achou da história?

Diga à sua audiência, dê sua opinião e isso vai tornar a leitura muito mais prazerosa e mesmo textos relativamente longos serão lidos.

Se a história que você achou for boa, mas a narrativa está pouco interessante...

...Invente pausas, suspenses..

Descreva a nacionalidade da personagem, sua idade, de que cidade ela é, descreva alguns detalhes da paisagem para que o leitor possa ficar imerso na história...

Não entregue a história logo no começo...

Exemplo:

Um americano de 37 anos se jogou do décimo andar e durante a queda foi atingido por um tiro de revólver que perfurou o crânio, o que ele não sabia é

que se não fosse o tiro, certamente a tentativa de suicídio não teria êxito já que uma rede de proteção, que sustentou o corpo, estava colocada no 7º andar.

Ao que tudo indica o atirador era ninguém mais que seu pai que tentava alvejar a esposa no 9º andar e acabou disparando acidentalmente.

A investigação policial chegou à conclusão que o estadunidense colocou as balas no revolver, pois sabia que seu pai costumava ameaçar a esposa com esta arma.

O jovem era viciado e agredia os pais quando estes lhe negava dinheiro para consumo de entorpecentes.

História seca, sem vida, sem suspense...

Veja como ficou a minha versão da mesma história:

Título:

Por favor me ajude a entender, como isso é possível?

Esta história me deixou paralisado olhando para a tela do computador por uns 45 segundos tentando entender como aconteceu...

Mark Smith, 37 anos morador do Alabama tentou se suicidar se jogando do 10º andar (o que ele não sabia é que havia uma rede de proteção na altura do 7º Andar já que estavam trocando todas as janelas dos apartamentos) e que potencialmente salvaria sua vida.

O problema é que na altura do 9º andar uma bala lhe atingiu em cheio na cabeça e o corpo ficou caído na rede.

O improvável aconteceu! O cara tomou um tiro em plena queda!

A bala saiu de um apartamento onde vivem um casal de velhinhos.

Após investigação, descobriu-se que no momento da queda, o senhor da casa estava, como de costume, ameaçando a mulher com um revolver, mas ele garantiu que em todos os 37 anos de casados nunca o revolver esteve carregado.

Mas naquele dia, por ironia do destino, estava...

Com a sensibilidade do gatilho a arma disparou de suas mãos trémulas errou a velhinha e vazou pela janela acertando a cabeça do infeliz que estava se suicidando...

E aí? O velhinho é culpado? Ou inocente?

As investigações levaram à conclusão que o filho do casal, que era viciado em drogas, foi visto colocando balas no revolver porque sua mãe parou de lhe dar dinheiro para seu vício.

E suspeita-se que ele sabia que sempre que seu pai ficava nervoso pegava o revolver para ameaçar a esposa e portanto planejou o assassinato da mãe.

UAU!!! Por essa eu não esperava..

Nesse caso...

O velhinho é culpado ou inocente?

Agora vem a parte mais bizarra da história...

O indivíduo que se jogou do décimo andar e tomou o tiro, é exatamente o filho drogado do casal...

O velhinho matou o próprio filho, sem querer..

Nesse caso...

O velhinho é culpado ou inocente?

Minha cabeça explodiu com isso!

Eu acho que o velhinho não é culpado (Mas que azar do drogado de tomar um tiro do pai justo enquanto caía ein?).

E você o que acha?

Eu nem sei se esta história é real ou não.. bem, se tá na internet, então é real, só pode! =)

*Abraços do **Gilson Santos***

*PS: Para mim esta história tem coincidências demais para ser verdade, e falando em coincidências, o sucesso sempre deixa pistas, não é à toa que isso aqui está dando resultados para os alunos, porque **REALMENTE** funciona.*

E assim uma história chata e sem vida, se transforma num conto absurdo graças ao Storytelling.

(o app da Monetizze acabou de me notificar que enquanto escrevia esta linha, acabei de fazer mais uma venda usando o email que você acabou de ler acima). =)

É isso, com Storytelling não tem erro, basta aplicar os conhecimentos aqui e você será capaz de vender também e cativar sua audiência.

Sucesso para você.

Abraços do **Gilson Santos**

Table of Contents

[TODA HISTÓRIA TEM UM COMEÇO](#)

[Como eu conto histórias](#)

[Comerciais de TV](#)

[Curiosidade](#)

[NÃO !](#)

[A isso chamamos de disrupção](#)

[Só com isso já aumentamos a taxa de abertura .](#)

[Informercials](#)

[Como na TV](#)

[" Serginho do Pó "](#)

[Aí vai o Gancho .](#)

[Onde Conseguir estas Histórias ?](#)

[Yahoo Respostas](#)

[Título : Afiliado , já tinha ouvido falar do Matthias Sindelar ?](#)

[Jornal Meia - hora](#)

[Twitter Trends](#)

[Quora .](#)

[Desenvolva sua escrita](#)

[Título : Por favor me ajude a entender , como isso é possível ?](#)