

REALIDADES**Simuladas**

Por Leandro Duarte
f @euleandroduarte

Dez anos estudando e aplicando conceitos psicológicos em branding, design e marketing



Não existe fórmula mágica

Marco Aurélio, o imperador romano e filósofo estoico, disse: "O que não é bom para a colmeia, também não é bom para a abelha." Essa reflexão nos lembra que o sucesso coletivo é composto pelo bem-estar de cada um de seus membros, e no marketing, isso significa que o verdadeiro sucesso vem de oferecer valor real, não de promessas vazias ou atalhos.

A ilusão das promessas vazias de gurus picaretas, que parecem oferecer soluções milagrosas para todos os problemas do marketing digital, é um dos maiores enganos dos nossos tempos.

Esse cenário está cada vez mais presente, mas a realidade é outra. E é hora de deixar claro: o marketing verdadeiro não se faz por truques rápidos, mas por uma construção sólida, estratégica e genuína de valor.

Hoje em dia, falar de marketing, especialmente o digital, se tornou sinônimo de cruzar com esses "gurus" que, na maioria das vezes, não têm nada mais a oferecer do que palavras vazias e fórmulas que prometem uma transformação instantânea.

O marketing real

O que esses "especialistas" não nos dizem é que o marketing real é uma jornada, uma maratona, não uma corrida de 100 metros. Eles nos seduzem com promessas de resultados rápidos e fáceis, mas, ao final, a verdade é dura: quem seguir essas receitas prontas estará fadado a se frustrar.

A origem desse grande mal-estar está em um fato simples, mas muitas vezes ignorado: muitas pessoas não sabem o que é, de fato, o marketing. Para elas, marketing ainda é sinônimo de propaganda e de empurrar produtos, como se a venda fosse o único objetivo.

Quando na verdade, o marketing de resultado só se faz de uma maneira: com propósito. E com duas velocidades: uma mais lenta,



Leonardo ia

O que esses "especialistas" não nos dizem é que o marketing real é uma jornada, uma maratona, não uma corrida de 100 metros.

orgânica, que exige paciência e consistência, e outra mais rápida, que acelera os resultados por meio de estratégias pagas bem executadas, com um bom retorno sobre investimento. Mas ambas precisam de um ingrediente essencial para funcionar: o propósito.

Para entender isso, imagine o marketing como uma moeda. De um lado, temos a face da estratégia orgânica, que é lenta, que constrói valor, confiança, autoridade, e que leva tempo para dar resultados. Mas, se feito com sabedoria, cria um vínculo profundo com o público, que vai muito além de uma simples transação comercial.

E do outro lado, temos a face do marketing pago, que, com investimentos direcionados, pode acelerar os resultados de forma significativa. Porém, sem a base construída pela estratégia orgânica, esse marketing pago se torna inútil.

Ambas as faces são necessárias, mas elas não funcionam isoladamente. É como tentar andar de bicicleta sem as duas rodas: nenhuma delas sozinha vai te levar ao destino.

Agora, se você está focado apenas em

vender produtos, você está no caminho errado. Essa visão estreita, que reduz o marketing a uma simples troca de bens, é a causa da maioria das falhas no marketing digital.

Quando o seu foco está apenas na venda, você ignora o elemento central que move as pessoas: o desejo de pertencimento, de fazer parte de algo maior.

As pessoas não compram apenas porque o seu produto é bom ou porque você fez uma promoção atrativa. Elas compram porque acreditam em algo, porque compartilham de um ideal, de um propósito. E é isso que conecta, que transforma.

Imagine um líder que, ao invés de vender um produto, começa a vender uma ideia. Não uma ideia qualquer, mas uma causa, um movimento. Esse líder não está apenas criando uma clientela, ele está criando uma legião de seguidores fiéis, pessoas dispostas a investir não apenas dinheiro, mas tempo, energia e paixão.

A fórmula que não é mágica

Marketing, quando feito de forma verda-

deira, é sobre criar um movimento, uma tribo. Não é sobre convencer as pessoas a comprar, mas sobre fazer com que elas sintam que estão fazendo parte de algo importante, algo maior do que elas mesmas.

Quando as pessoas se sentem parte de algo que ressoa com seus valores e crenças, a venda acontece de forma natural. Não é mais uma transação impessoal, mas uma troca baseada na confiança, no engajamento e no pertencimento.

Agora, pare de cair nas armadilhas dos gurus picaretas. Eles prometem resultados rápidos, mas não falam da parte difícil do processo, da construção lenta e consistente, do esforço necessário para cultivar uma audiência leal. Eles dizem que tudo é fácil, mas esquecem de contar o que realmente importa: a construção de valor, a criação de um legado que vai muito além de uma venda.

De que forma isso faz sentido para você?

O marketing real não é sobre números vazios e promessas infundadas. É sobre transformar vidas, mudar realidades, e, sim, gerar lucro, mas de uma forma que faça sentido, de uma forma que seja sustentável a longo prazo.

Imagine, por um momento, que você tem um produto, mas ninguém o conhece. O que você faz? Você corre para os gurus que oferecem a "fórmula milagrosa" para aumentar as vendas em poucos dias, certo? Mas depois de um tempo, você percebe que a fórmula não funciona, que o retorno não veio como prometido, e que seu público, que parecia engajado no início, já não responde mais. E agora?

O marketing que vai funcionar, que vai dar resultados duradouros, é aquele que constrói uma relação com seu público desde o início. O marketing de sucesso é aquele que diz: "Eu tenho um produto, mas tenho algo mais para oferecer."

ESCATATÓRIA

