

12' Heroes: entrevista com Vitor Peçanha

Co-fundador e CMO da Rock Content, autor, palestrante e um dos caras mais legais do mundo do marketing de conteúdo. Se você ainda não conhece o Vitor Peçanha ou quer conhecer melhor sua história, confira nossa entrevista com ele!

Peçanha nos contou um pouco de sua trajetória até fundar a Rock, sobre seu livro "Obrigado pelo Marketing", revelou quem são os caras que ele mais admira ou acompanha e até deu dicas de produtividade.

Esse bate-papo está também disponível no [nosso podcast, o Heroes](#).

12minutos: Querendo ou não, você ficou conhecido pelo marketing de conteúdo, pelo marketing digital, mas como começou a história do Peçanha no mundo do marketing? Como você entrou nessa área?

Vitor Peçanha: Cara, isso é uma história bem interessante porque sabe que só quando depois que você... no futuro só que você entende, conecta os pontos do passado, assim? Eu acho que a minha história foi levemente peculiar, pelo seguinte, hoje o meu foco é [marketing digital](#), comecei inclusive em marketing de conteúdo, mas quando eu entrei na faculdade, eu fui fazer publicidade. Eu fui fazer publicidade e minha ideia é que eu viraria um publicitário desses que fazem campanhas bacanas na Globo e ganham prêmios bacanas em Cannes.

12minutos: Provavelmente o sonho de todo estudante.

Vitor Peçanha: O sonho de todo estudante de publicidade. Só que aí o que aconteceu, eu lá, fazendo publicidade, antes de fazer publicidade, eu fazia segundo grau técnico, que é ensino médio e técnico – já acabei de dedurar a minha idade, mas tudo bem – em administração e um pouco de economia. Então, pensa, você vai lá fazer publicidade, e está lá estudando publicidade e de repente você descobre que assim, "cara, mas falta número

aqui". Por mais que a parte da criatividade, a parte de vender uma ideia, uma imagem é legal, faltava métrica, faltava número e isso me incomodava bastante, sabe? Eu herdei isso da administração e da economia e eu falei "cara, não dá para ser publicitário". Eu fiquei 2 meses como publicitário só, oficialmente eu saí da faculdade com 2 meses como publicitário, falei, "cara, não dá". E, em paralelo, eu sempre gostei muito de tecnologia, então desde que eu sou criança eu sabia programar em Basic, no MSX, para quem tem idade para lembrar disso aí, mas eu sempre gostei muito de tecnologia, a internet veio naturalmente. E eu já fazia freela. Fazia freela de fazer site, fazia sistemas em Php. O meu primeiro site eu fiz aos 16 anos de idade assim, isso já tem bastante tempo. E quando você junta tudo, naturalmente você vai criando um caminho, então pensa, eu gostava de números, eu gostava de publicidade, no sentido de propagar e divulgar um produto, e eu gostava de tecnologia. Então juntando isso tudo eu acabei indo para o lado do marketing digital, foi quase um caminho natural agora que você olha em retrospecto, mas alguns anos atrás eu nunca ia saber que isso tudo ia se conectar dessa maneira assim. Mas deu tudo certo e é um caminho que eu estou muito satisfeito de ter seguido, sabe?

12minutos: Legal. E, querendo ou não, isso tudo culminou na fundação da Rock Content, não é? Eu sei que você já participou do Startup Chile, como outra startup.

Vitor Peçanha: Sim, exato.

12minutos: O resultado dessa experiência, desse trabalho do marketing foi fundar a Rock Content, não é?

Vitor Peçanha: Isso, o que aconteceu foi bem isso assim. Quando eu defini que eu iria para o lado de marketing digital e tecnologia, eu naturalmente comecei a me envolver no mundo das startups. Então logo antes de fundar a Rock Content eu já trabalhava como consultor de marketing digital, eu ajudava algumas startups com umas questões de métrica, marketing digital em geral. Cheguei a ser gerente de produto numa rede

social aqui de Belo Horizonte, chamada Via6. Só que no meio do caminho, eu lá trabalhando como gerente de produto, começou um projeto de uma startup antes da Rock Content, que chamava Text Corner, que é no mesmo espaço, era contratação de redator freelancer, mas para os meus próprios sites, para as minhas próprias propriedades de mídia. Com esse projeto, em 2012 eu fui para o Startup Chile e fiquei 7 meses lá e foi ótimo, porque foi quando eu pude me dedicar exclusivamente para um projeto meu. E no final do Startup Chile eu estava com uma startup que estava indo bem, mas dependia do Google para fazer dinheiro, a gente tinha que “rankear” bem no Google, se o Google mudasse um algoritmo, a gente estava numa situação muito frágil. E o Panda já tinha rodado e já tinha afetado muitos sites. E os meus sócios hoje, o Diego e o Edmar, estavam com uma outra startup, que era um projeto muito legal de um algoritmo de otimização de palavras-chave, mas que também dependia ali de informações do Analytics que corriam o risco de serem barradas ou de o Google limitar o acesso, que foi o que aconteceu. Então assim, numa sacada legal nossa, a gente falou, “vamos juntar e pegar o que tem de bom dos dois lados e montar uma empresa que vai focar em gerar conteúdo, sim, com mais foco na qualidade, mas para o marketing de conteúdo”, que era algo que a gente já estava acompanhando e viu que ia ser grande e não se falava muito disso no país. Então a gente viu uma oportunidade legal, fizemos uma pesquisa com as startups estrangeiras e nos inspiramos nos modelos de algumas para montar a Rock Content, em março de 2013.

12minutos: É, uma das coisas que eu acho mais interessante é o blog, o rockcontent.com/blog que, querendo ou não, é uma das principais ferramentas de marketing da Rock, falando um pouco mais sobre o Peçanha escritor.

Vitor Peçanha: Legal.

12minutos: Como foi criar esse blog, alimentar esse blog, desenvolver ele?

Vitor Peçanha: Então, a gente pensou assim, a primeira coisa

que a gente pensou foi “cara, se a gente vai fazer marketing de conteúdo para os nossos clientes, a gente tem que ser o melhor em marketing de conteúdo para a gente. Então vamos pensar assim, a gente tem que ser referência, porque se a gente não conseguir fazer nem para a gente, imagina fazer para os clientes”. Então as nossas primeiras ações, na verdade a primeira mesmo nem foi um blog, não, foi um ebook. Era um ebook que já tinha sido escrito pelo Diego para a startup anterior dele, a gente só pegou esse ebook e usou na Rock Content para geração de lead. E foi quase em paralelo, o blog foi criado junto com o nascimento da empresa. E os primeiros meses da empresa foi realmente um foco muito grande em “como a gente vai fazer para atrair as pessoas, como a gente vai escrever textos que as pessoas gostem”. Então nós, os fundadores da empresa, os primeiros funcionários, todo mundo lá estava numa missão de escrever, deixar o blog atualizado, escrever ebook pelo menos uma vez por mês. A gente era responsável por toda essa criação de conteúdo, dedicava um bom tempo para isso, para o marketing e também para a aquisição de clientes em geral, como vendas também, entendeu? O nosso primeiro foco foi marketing em vendas, então conteúdo está no nosso DNA desde o dia 1 e é aquela coisa, vai aprendendo, crescendo devagar. E acabou que eu fui pegando o jeito, óbvio, fui aprendendo como é que funciona. E uma coisa que eu fui me inspirando no exterior, em outras startups, em outras pessoas que eu admiro no mundo do marketing digital foi, cara, à medida que você for fazendo o conteúdo, uma das coisas que funciona muito bem é você assinar, é você dar a cara, é você se colocar como autoridade no assunto, não é? Então eu comecei a fazer testes em outros canais, sendo que um dos principais deles, que hoje traz ótimos resultados para a gente é o YouTube. Eu tenho um canal no YouTube com mais de 25 mil assinantes, eu acho que bateu 25 mil, e que foi um teste, uma coisa que eu fazia de madrugada, porque era o horário que sobrava, mas sempre naquela premissa, “cara, eu vou fazer um conteúdo bom para a galera”. Eu me inspirei no Rand Fishkin da Moz, ele tem um Whiteboard Friday lá. Comecei a fazer em

paralelo com todo o dia a dia de blog, ebook etc., sem conseguir mídia direito, no experimento, mas hoje os resultados são ótimos, a gente investe cada vez mais em vídeo, agora a gente até profissionalizou isso bastante aqui, tem uma videomaker, tem um time que ajuda, sabe?

12minutos: Você também já escreveu muitos dos conteúdos que estão no blog, não é?

Vitor Peçanha: Nossa, demais.

12minutos: Alguns conteúdos que trouxeram mais resultados, mais clientes para a Rock como marketing de conteúdo, marketing digital, inbound marketing são os seus posts.

Vitor Peçanha: Sim, o nosso post mais famoso, que mais gerou resultado para a gente fui eu que escrevi, que é o de marketing digital. E aí já foi uma estratégia SEO mais avançada, a gente já sabia melhor o que estava fazendo e deu super certo, tanto que é um dos cases que eu apresento nas minhas palestras.

12minutos: Entendi, e, querendo ou não, escrever esse livro foi uma evolução natural de escrever esses posts longos e que trazem resultado para a empresa, mas de onde surgiu a ideia de escrever esse livro? Como foi esse processo?

Vitor Peçanha: A ideia de escrever um livro surgiu há muito tempo. Quando eu comecei essa coisa de aparecer publicamente e quando você começa é difícil. O primeiro vídeo que eu publiquei, por exemplo, a primeira vez que eu mostrei a minha cara, sabe quando você olha para o botão “publicado” e fala, “nossa, mas que vergonha, isso não está bom, mas não quero nem saber”, aí você clica?

12minutos: Vamos ver o que vai acontecer, não é?

Vitor Peçanha: Vamos ver o que vai acontecer, cara. Aí foi e aí eu comecei a fazer, fui aprendendo a falar com a câmera, a escrever melhor, tudo isso. Então você começa a falar assim, “eu estou fazendo esse conteúdo todo, eu estou aprendendo tanto”, ia ser muito legal se conseguisse sintetizar isso tudo

num livro, não é? Sabe, tipo aquele ditado, você tem que plantar uma árvore, escrever um livro. No meu caso, eu tenho uma sobrinha, já tenho a sobrinha, então resolveu. E então assim, eu sempre tive essa ideia de consolidar, até porque é bom para mim, é muito bom para a empresa. Se você parar para pensar, cara, eu escrevi um livro bom, que vende bem, ajuda a gente a se posicionar como referência, porque o livro conta casos e a história da Rock Content. Então eu estava nesse processo, eu já tinha essa ideia, estava aqui na minha cabeça e à medida que você vai fazendo conteúdo o tempo todo, você se acostuma com essa rotina de fazer conteúdo, isso começa a sair mais naturalmente. Aí eu comecei a escrever o livro assim sem muito compromisso. Aí eu fui convidado para um evento, para palestrar num evento, e tinha um cara lá que era da Editora Saraiva, que o meu livro é pela Saraiva, apesar de usar o selo Benvirá, que também é da Saraiva. E ele falou assim, “Peçanha, eu queria te conhecer, cara. Eu sou muito fã do seu trabalho” etc. etc. Eu falei, “que legal, coincidência você vir falar comigo, porque eu estava pensando em escrever um livro”. Ele, “cara, feito”. Foi aí que começou, sabe? Então foi até curioso, até mesmo a oportunidade para eu fazer o livro foi meio que inbound assim, o cara que curtiu o meu conteúdo veio atrás de mim, não é? E aí a partir daí foi todo o processo, isso já tem quase um ano que está nesse processo de lançamento do livro.

12minutos: Entendi, é um bom tempo de desenvolvimento, não é? Quanto tempo mais ou menos você levou para escrever essa versão que vai ser publicada?

Vitor Peçanha: Então, cara, isso aí foi complicado. É uma coisa que você aprende. Eu fechei o contrato, etc., mais ou menos lá para novembro. Aí eu virei para o time da Saraiva e falei assim, “beleza, eu quero lançar esse livro em outubro”, que é o RD Summit, que é um evento referência. Falei, “tem muito tempo”, aí a mulher lá, a editora, “beleza, então sai em outubro e entrega em março”, eu, “o quê? Ela, “tem que ser em março, cara”. Então eu basicamente demorei 4 meses para

escrever o livro, entregar a primeira versão.

12minutos: É, aí tem aquela interação, o feedback dos editores.

Vitor Peçanha: Tem interação, a editora fez um trabalho fenomenal em melhorar a minha escrita, a Tatiana, da Saraiva. Então foi interação etc. e a versão final do livro mesmo, tipo “está aqui pronto para ser impresso”, agora faltam só umas questões técnicas lá, tem uma semana, entendeu? Então, basicamente, 4 meses de escrita, assim eu fiz uma planilha, fiz um gráfico, todo dia eu tinha que escrever X palavras, foi bem intenso, mas com uma vantagem, que foi que quase tudo o que eu escrevi lá, é óbvio que eu fui buscando alguns dados para me embasar e para dar exemplos, busquei alguns parceiros para falar dos cases deles, mas quase tudo lá veio da minha experiência, sabe? Então foi fácil estruturar, foi fácil escrever.

12minutos: É, escrever um livro deve ser um desafio e tanto, deve dar um trabalho.

Vitor Peçanha: Nossa senhora.

12minutos: Quais foram os seus maiores desafios para fazer esse livro acontecer, para realmente escrever e desenvolver ele?

Vitor Peçanha: Cara, eu acho que de longe foi conseguir escrever no prazo que me foi dado, entendeu? Eu dei sorte que já tinha começado antes, eu já tinha alguma coisa escrita mas o tempo foi a maior dificuldade. O conteúdo mesmo não foi um desafio para mim, isso aí foi uma coisa que foi fácil, na verdade.

12minutos: Foi bem natural, não é? De certa forma.

Vitor Peçanha: Foi bem natural e eu já sabia tudo o que eu estava falando, então o que me pegou foi que eu tive até que escrever um pouco menos. Mas uma coisa que eu aprendi com a editora, como eu disse, querendo ou não, eu estou muito acostumado a escrever para internet. Quando você escreve para

internet, você escreve muito do jeito que você fala, por mais que seja gramaticalmente correto etc., não cabe muito bem no livro, então ela mudou muita coisa. Eu aprendi muito nesse processo.

12minutos: Isso é bom também, que te ajuda a escrever mais e melhor no futuro, não é?

Vitor Peçanha: Exato, exato, um aprendizado muito grande. E depois eu comecei a escrever do jeito que ela queria, do jeito que é o mais adaptado para um livro e foi um desafio também. Toda vez que eu escrevia um negócio, eu mentalizava, “ôpa, não. Vou reescrever, vou revisar mais” e aumentou muito a qualidade do livro.

12minutos: E já tendo escrito e também lido tanta coisa sobre o marketing, sobre o marketing de conteúdo, o marketing digital, como escolher o que colocar nesse livro, como escolher o que escrever em cada parte, em cada seção? Como funciona esse processo para você?

Vitor Peçanha: Legal. No final das contas, depois de mais de 4 anos com experiência de marketing de conteúdo, vivendo isso todo dia, o que aconteceu? A gente tem uma metodologia aqui na Rock e essa metodologia já é meio clara aqui dentro, então o que eu fiz, eu peguei essa metodologia, que tem um processo desde você montar a sua estratégia até você executá-la, até você mensurá-la, e isso virou os capítulos do meu livro. Então o que eu fiz foi basicamente explicar uma metodologia de maneira bem clara e bem extensa e inserir nessa metodologia minhas experiências, o que eu aprendi, o que eu já fiz, buscar cases de clientes nossos, parceiros nossos tendo sucesso em algumas partes específicas dessa metodologia e inserir lá, para mostrar também que eu não estou só falando algo que eu joguei no Google. Então eu conto, por exemplo, eu estou falando sobre vendas, eu falo rapidamente sobre vendas, eu falo, “a Rock Content passou por 3 estágios na sua história sobre vendas: aqui a gente fazia desse jeito... Não façam o primeiro jeito, a gente aprendeu que não é para fazer, eu fiz

por vocês”, entendeu? Então assim é uma metodologia contextualizada no aprendizado que levou a essa criação, então eu já tinha meio que na cabeça o básico, a sequência básica de conteúdos, depois foi só indo mais em detalhes e inserindo as histórias e tudo o que tornasse a leitura mais interessante.

12minutos: Então os leitores podem esperar várias dicas práticas e vários conhecimentos para aplicar no negócio deles com marketing de conteúdo?

Vitor Peçanha: Vai, é um livro bem prático. É um livro quase técnico, entendeu? Na verdade, é um livro que passa longe do motivacional. É para virar um guia mesmo, eu chamo de um guia. “Eu quero”, não sei, “estou querendo montar uma estratégia de redes sociais”, vai lá no capítulo de redes sociais, lê tudo o que você precisa para montar estratégia. “Não sei como medir o resultado de uma ação”, você vai no capítulo de métricas e vê o que você precisa.

12minutos: E de onde veio o título “Obrigado pelo Marketing”?

Vitor Peçanha: Cara, esse título, eu começo o livro contando a história desse título. Porque um dos princípios do marketing de conteúdo é o seguinte, se o seu conteúdo não gera valor para o cliente, você não vai conseguir ter resultado, está certo? Porque você só vai atrair as pessoas a partir do momento que elas gostam do que você faz, elas estão procurando pelo que você faz. Então, em 2015, cara, eu sei o momento que foi exato em que eu pensei no contexto. Foi em 2015, no próprio RD Summit em 2105, a gente já não era mais anônimo, a Rock Content não era tão grande quanto é hoje mas eu já tinha muita gente que seguia meus conteúdos. Não era a primeira vez que alguém me agradecia pelo meu trabalho, mas eu estava lá no meio daquele estande, aquela bagunça, aí veio uma menina conversar comigo, uma mulher, e falando assim, “Peçanha, cara, muito obrigada, você me ajudou muito, que legal o que você fez, eu adoro os seus conteúdos”. Eu só parei, falei assim, “véio, que foda”, eu até escrevi assim no livro e peço perdão depois, mas falei assim, “que foda”, “porque virou um

sucesso”, eu falei, “eu estou fazendo o meu trabalho, eu estou alcançando o meu objetivo de gerar negócio, não estou fazendo nenhum altruísmo aqui mas estou sendo agradecido por isso”. É uma coisa muito legal de perceber, que fala assim, no meu trabalho de gerar negócio para a minha empresa, eu tenho de gerar valor para os outros e as pessoas estão me agradecendo por isso, independente de se tornarem clientes ou não. Aí eu falei, cara, isso é muito legal. Então no final das contas eu até brinco assim que uma das características do marketing de conteúdo é você ter que fazer um marketing tão bom, mas tão valioso, que as pessoas vão te agradecer por fazer o seu próprio trabalho. Isso não acontece em muitos lugares, em muitas profissões. Então a ideia do título do livro vem daí.

12minutos: Realmente é algo raro para muita gente, mas eu já vi que isso acontece com você meio regularmente. Eu já vi umas postagens no Facebook, no Instagram, de você tirando foto com pessoas que chegam para agradecer o conhecimento que você passa para elas.

Vitor Peçanha: Sim, isso acontece o tempo todo, mas esse momento específico e não era a primeira vez que acontecia, mas sabe a primeira vez que você para para pensar sobre isso? Não sei se foi um insight, se foi a loucura de um evento com milhares de pessoas, mas foi o momento que deu aquele estalo.

12minutos: Com esse trabalho, com certeza você vira referência para muitas pessoas, não é? De conhecimento.

Vitor Peçanha: Sim.

12minutos: E quais são os caras referência para o Peçanha? Autores que você gosta, caras que você admira, que você acompanha?

Vitor Peçanha: Cara, eu sigo Rand Fishkin da Moz. Eu acho que a Moz é bem focada em SEO, umas coisas mais técnicas. Eu acho que é importante esse conhecimento. Eu sigo o Brian Dean, da Backlinko, que também é um autor bacana, que também fala de SEO, eu gosto bastante dele. O povo da HubSpot, porque eles é que escreveram o livro, eles é que cunharam o termo inbound

marketing, então eles têm o livro sobre inbound marketing, então o Brian Halligan, eu acho que assim eles plantaram a sementinha, então o blog da HubSpot hoje é o maior blog de marketing digital do mundo e é uma referência para mim também. Tem o próprio Content Marketing Institute, do Joe Pullizi, e ele tem o livro “Epic Content Marketing”. São as bases em que a gente construiu tudo, é claro que a Rock e eu aprendi muito no dia a dia mas essas aí são as pessoas que estão falando disso desde antes de mim, eu acho que é bom mencionar todos eles como a base, e o meu dia a dia de consumo de conteúdo em marketing passa muito por eles.

12minutos: É, inclusive o “Marketing de Conteúdo Épico” está disponível no [12minutos](#), inclusive eu reescutei esses dias, é um livro bem legal. Quem quer começar no marketing de conteúdo ou dar uma revisitada, é um livro indispensável. Agora, a pré-venda do seu livro “Obrigado pelo Marketing” está marcado para ser lançado em outubro. Tem várias coisas legais, várias parcerias interessantes.

Vitor Peçanha: Sim, claro. Cara, então, eu estava até conversando isso com a minha... quando eu estava lá com o povo do marketing da editora, eu falei com eles, “galera, eu vou abrir uma pré-venda, eu preciso subir o livro no e-commerce de vocês”. Eles, “mas pré-venda você faz em uma semana antes”. Eu falei, “não, eu vou fazer marketing do jeito certo”. Aí eu fiz um estudo bem grande assim de pessoas que lançaram livro por conta própria, como fizeram para vender bem. Pessoas que usaram estratégias de growth, de viral para vender muito, para gerar demanda. E eu montei uma estratégia de pré-venda, para quê? Se eu quero vender muito, mesmo antes de lançar, com essa ideia de escassez, eu tipo posso, “se você comprar até essa data, você vai ter vários benefícios que quem comprar depois não vai ter”. Aí eu estou usando várias estratégias do marketing. Então por exemplo, “olha, eu estou dando benefícios. Você tem acesso a um curso da Universidade da Rock Content, que geralmente a gente vende por R\$497,00. Você vai ter acesso a um mês do SEMrush”, que é uma ferramenta de SEO

que a gente usa muito, que um mês custa R\$600,00, mas para que eu vou liberar um mês? Aí nesse um mês vamos fazer webinar para treinar, para ensinar as pessoas a fazer pesquisas de palavras-chave e ter resultados. Eu fiz parceria com vocês aí do 12Minutos, então “você ganha aí 90 dias de acesso ao 12min”. Eu fiz parceria com o MediaPost, para ganhar 5 mil disparos de e-mail, que é algo que geralmente eles cobram. Então é colocar muito valor em um período limitado, para falar, “olha, eu vou gerar uma urgência em você, para você ter esses benefícios. O livro vai chegar autografado”. Então isso é uma estratégia de marketing. Eu estou fazendo teste, é a primeira vez que eu faço, mas já está dando bons resultados. Eu montei uma comunidade no Facebook e lá eu vou compartilhar alguns conteúdos exclusivos. É gerar também essa comunidade ao redor do interesse do marketing de conteúdo, do marketing digital, sabe? A gente tem que esperar mais alguns meses para ver o resultado final, mas eu tenho certeza que vai ser bom. A gente está com um planejamento muito bacana aqui.

12minutos: Querendo ou não, é mais um case para mostrar para os seus seguidores como aplicar o marketing de conteúdo, não é?

Vitor Peçanha: Sim, sim. Eu estou documentando. Tudo o que eu faço, eu estou documentando. Tudo vira conteúdo nesta vida.

12minutos: Quem quiser receber uma notificação por e-mail de quando esse livro estiver disponível como microbook é só entrar no site do [12minutos](#) e procurar “Obrigado pelo Marketing”. Coloca o seu e-mail e recebe uma notificação de quando ele estiver disponível lá.

Vitor Peçanha: Isso. E vocês têm uma página de votação aí também, não é? Para ver quais serão os seus próximos livros disponibilizados.

12minutos: Sim, sim.

Vitor Peçanha: Isso, passa o link aí para a galera, para votarem em mim lá.

12minutos: É isso aí, todos esses links vão estar disponíveis aqui em baixo na inscrição. Para você entrar, votar “Obrigado pelo Marketing”. Peçanha, me conta aí, e o futuro? Mais livros?

Vitor Peçanha: Cara, se eu sobreviver a esse, mas, assim, tudo indica que eu vou sobreviver, eu quero, é óbvio que é uma coisa que eu gostei, espero que dê muitos resultados e eu acho que vai ser uma questão de pensar no assunto, aprender muito. Eu acho que pelo menos por uns 6 meses eu vou ter muito feedback de todo mundo que comprar o livro. Eu vou anotar isso tudo, eu tenho mais assunto para falar na hora de marketing digital, ou então talvez ir para o lado empreendedorismo, não é? Porque, queira ou não, a Rock Content é uma referência em startup no Brasil. Não vai ser minha prioridade, a minha prioridade é tocar a empresa aqui, então não vai ser uma prioridade, mas eu continuo fazendo conteúdo. Tenho os meus vídeos mensais, tenho a minha [certificação em marketing de conteúdo](#), que está com mais de 30 mil alunos. O meu conteúdo do dia a dia continua. Sim, tenho esse plano no futuro, mas eu vou pensar com mais calma, no futuro.

12minutos: Justo, não é? Cara, aqui no 12Minutos, a gente sempre procura aumentar a nossa produtividade, encontrar aplicativos, encontrar coisas legais e hacks legais para ser mais produtivo. Como você se mantém produtivo? Com certeza, você tem muita coisa para fazer, palestras, livros, textos da Rock, tocar a empresa. O que o Peçanha usa de app de produtividade para agilizar a vida?

Vitor Peçanha: Cara, eu uso o OneNote para tomar notas. A maioria das pessoas usa o Evernote, mas eu tive uma péssima experiência com eles, perdi umas informações importantes, migrei para o OneNote, que é quase a mesma coisa, mas para mim é assim o principal app de produtividade que eu uso no dia a dia, que basicamente no dia a dia e ao redor dele é o Inbox do Google.

12minutos: Eu também trabalho com o Inbox Zero.

Vitor Peçanha: Se é o [Inbox Zero](#) todo dia mas assim é muito interessante porque você muda a sua mentalidade. Tipo um e-mail não é mais um e-mail, todo e-mail é uma tarefa e você trata como tal. Aí você usa os princípios do GTD então você vai tratar cada e-mail como uma tarefa e se organizar de acordo com os princípios do GTD. Aí além disso eu crio tarefas que não são e-mail dentro do próprio Inbox. Então ele organiza 90% do meu dia a dia. Assim, eu fico muito tempo com ele aberto aqui, organizando, eu vejo de manhã, depois abro à tarde e aqui a minha vida está organizada. Se ele sumir, eu estou ferrado.

12minutos: É, e querendo ou não, o 12minutos também é um app de produtividade, você usa ele?

Vitor Peçanha: Uso!

12minutos: E como você usa o 12minutos no seu dia a dia?

Vitor Peçanha: Cara, o 12min para mim é o seguinte, eu tenho uma lista de livros que eu quero ler de qualquer maneira e uma lista de livros que eu ainda não sei se eu vou ler. O 12Minutos para mim é uma ferramenta muito boa de descoberta. Então, por exemplo, tem um livro aí que vocês recomendaram, tem algum livro que eu não sei ainda se eu quero ler, eu sempre estou escutando no 12Minutos. Algum assunto que não é um que eu costumo ler primariamente, que é marketing, então eu sou um cara que eu não tenho carro, então eu vou e volto de [bicicleta](#) para o trabalho, aqui em Belo Horizonte, vocês têm que saber que Belo Horizonte tem muito morro, então eu demoro um pouco para subir os morros. Então esse é o momento em que eu escuto algum livro, várias vezes por semana. É bem legal.

12minutos: Este é um feedback bem legal que a gente recebe, porque o 12Minutos é uma ferramenta, serve como auxílio também para escolher quais livros comprar, quais são os livros que têm as ideias mais legais, que estão alinhados com o que você quer e precisa ali naquele momento.

Vitor Peçanha: Sim, claro. É por isso que eu acho, é legal a descoberta, não é? Já aconteceu de eu estar lendo um livro, se

eu li no 12minutos, falar assim, “cara, gostei” e depois passar para realmente comprar o livro no Kindle, no caso, o livro inteiro.

12minutos: É isso aí. Peçanha, de novo, muito obrigado por você parar esse tempinho para bater um papo com a gente, aqui no Heroes, podcast do 12minutos. Agora no final, fique à vontade para deixar uma mensagem para os seus leitores, falar um pouco mais sobre o seu livro. Vai nessa.

Vitor Peçanha: Nossa, vamos lá. Se você é da área do marketing, você já deve saber que o marketing de conteúdo veio para ficar. E dá uma olhada no meu livro, como eu disse, antes de comprar, se você estiver em dúvida, não me conhecer, leia ele no 12minutos, que você vai ver que realmente é o livro mais completo sobre o assunto em português e principalmente ele traz uma experiência única, que é a experiência Rock Content, que é uma startup que saiu de 3 pessoas para 260 em 4 anos e todo o nosso crescimento foi através de conteúdo. Então, eu acho assim, fazendo o meu jabá aí, eu acho que vale a pena ler o livro. Ele sai em outubro e se você comprar antes disso ainda ganha uma série de benefícios que a gente comentou aí mais cedo.

O livro do Vitor Peçanha, “[Obrigado pelo Marketing](#)”, já está disponível no 12minutos!

Se você ainda não conhece o [12minutos](#), cadastre-se hoje e tenha acesso a centenas de livros que são atualizados toda semana e formatados como microbooks e audiobooks.

[Obrigado Pelo Marketing](#)

Confira também o [podcast 12’ Heroes](#). Você vai conferir entrevistas com as pessoas que você mais admira e descobrir como elas conquistaram o sucesso! Toda segunda-feira, às 8h, você confere episódios novos.