Madureira

ESTUDO · GRATUITO



EDIÇÃO DE OUTUBRO DE 2026

Empresa de Uma Pessoa

40 ofertas em quatro degraus

O que os criadores solo vendem de verdade: 40 ofertas lidas em quatro degraus, com o preço observado em 14/10/2026 e as folhas para desenhar a sua escada

Gabriel Madureira

@GA.MADUREIRA

madureira.xyz

ESTUDO · GRATUITO

Empresa de Uma Pessoa 40 ofertas em quatro degraus

O que os criadores solo vendem de verdade: 40 ofertas lidas em quatro degraus, com o preço observado em 14/10/2026 e as folhas para desenhar a sua escada

PARA QUEM É

Quem trabalha sozinho, ou quase, e quer vender o que sabe além do serviço: criador, consultor, freelancer, dono de agência pequena.

PARA QUEM NÃO É

Quem procura o preço de mercado de um produto. A amostra é intencional e mostra forma, não média.

Gabriel Madureira

EDIÇÃO DE OUTUBRO DE 2026

MADUREIRA.XYZ

NESTE MATERIAL

Sumário

■	Quarenta páginas de venda numa manhã	4
■	Antes dos números: como ler esta tabela sem se enganar	5
■	A escada em uma imagem	7
■	Degrau 1. Grátis: uma amostra do método, não um aperitivo	9
■	Degrau 2. Kit: uma dor, uma entrega, hoje	11
■	Degrau 3. Sistema: um jeito de repetir a entrega	13
■	Degrau 4. Premium: aplicação no seu negócio	16
■	O galho do lado: ferramenta com mensalidade	18
■	O que fica fora da página: as ofertas sem preço	19
■	Cinco padrões que eu tirei da leitura	20
■	Os quatro erros que a escada evita	22
■	O que eu fiz com isso	23
■	Exercício: desenhe a sua escada	24
■	Para continuar	27
■	Fontes	28
■	Folhas para imprimir	29

Quarenta páginas de venda numa manhã

Na manhã de 14 de outubro de 2026 eu abri quarenta páginas de venda, uma por uma.

Não era curiosidade. Eu precisava decidir o que vender além do serviço da agência, e percebi que estava prestes a fazer o que sempre critico em cliente: escolher pelo gosto. Eu gostava da ideia de um curso grande. Gostava da ideia de uma mentoria. Não tinha olhado com calma o que as pessoas que vivem disso estão vendendo, por quanto, e em que ordem.

Então montei uma tabela. Quarenta ofertas, 28 criadores, autores ou marcas, doze do Brasil e 28 de fora. Para cada uma anotei o preço que aparecia na página, o jeito de cobrar, o que a pessoa recebe e a ressalva de cada preço. Este estudo é a leitura dessa tabela.

Ele não é uma pesquisa de mercado. É uma amostra escolhida a dedo, de gente que eu já acompanhava ou que alguém me indicou, e qualquer pessoa que tente tirar média disso vai errar. O que ela mostra bem é **forma**: como as ofertas se organizam, o que cada degrau entrega e por que o preço sobe de um para o outro.

E a forma que apareceu foi uma escada.

Antes dos números: como ler esta tabela sem se enganar

Todos os preços deste estudo foram **observados em 14/10/2026**, na página oficial linkada ao lado de cada um, na moeda original. Preço de produto digital muda toda semana. Se você abrir o link hoje e o número for outro, a página está certa e o estudo está velho.

Três ressalvas que valem para o texto inteiro:

01 **Mais da metade dos preços tinha asterisco.** Das 40 ofertas, só 16 mostravam um preço público e direto, e duas eram grátis. As outras 22 tinham alguma condição: promoção de lançamento, preço diferente entre a página de venda e o catálogo, checkout que não abriu, produto esgotado, evento que já passou ou preço que não estava na página.

02 **Preço não é faturamento.** Em pelo menos uma página o número grande da copy era quanto o aluno poderia cobrar dos clientes dele, não o preço do ingresso. Em outra, o número de faturamento do autor aparecia no topo e o preço do curso não aparecia em lugar nenhum. Separei os dois sempre.

03 **Comparar preço sem comparar escopo é inútil.** Uma mentoria de seis meses com encontros quinzenais e um programa anual em comunidade são coisas diferentes mesmo quando custam parecido. Onde o escopo não estava claro, eu escrevi que não estava.

A tabela inteira, separada por tipo:

TIPO DE OFERTA	QUANTAS	O QUE GERALMENTE ENTREGA
Grátis / captação	2	Curadoria ou análise recorrente em troca do e-mail
Kit (low ticket)	13	Uma biblioteca, um modelo, um pacote de prompts ou uma aula curta
Sistema (curso ou método)	16	Um processo para repetir, com demonstração e modelos
Premium (mentoria ou programa)	6	Acompanhamento, comunidade selecionada, revisão do trabalho
Ferramenta (recorrência)	3	Software com limite de uso por mês ou crédito

Se a pergunta que te trouxe aqui é "qual desses eu deveria vender?", a resposta curta é: provavelmente os quatro primeiros, um de cada vez, nessa ordem. A resposta longa é o resto do texto.

A escada em uma imagem

Quando eu coloquei as ofertas em ordem de preço e de profundidade, elas caíram em quatro degraus. Cada degrau resolve um tipo diferente de problema e cobra por uma coisa diferente.

ESTRUTURA-DE-PASTAS.TXT



O que muda de um degrau para o outro não é a quantidade de conteúdo. É **o que o comprador leva para casa:**

DEGRAU	O COMPRADOR LEVA	ELE PAGA POR	FAIXA OBSERVADA EM 14/10/2026
1. Grátis	Uma amostra do seu jeito de pensar	O e-mail	Grátis

DEGRAU	O COMPRADOR LEVA	ELE PAGA POR	FAIXA OBSERVADA EM 14/10/2026
2. Kit	Uma coisa que ele usa hoje	Tempo economizado	US$7 a US$79; R$37 a R$97 no Brasil
3. Sistema	Um modo de trabalhar que ele repete	Não precisar inventar o processo	US$79 a US$995; R$297 a R$397 no Brasil
4. Premium	Decisão e revisão no negócio dele	Seleção, tempo seu e responsabilidade	R$5.000 por seis meses; US$2.000 por ano; US$9.800

As faixas resumem só os exemplos desta amostra. Elas não são "o preço de mercado" de nada.

Vamos degrau por degrau.

Degrau 1. Grátis: uma amostra do método, não um aperitivo

Só duas das quarenta ofertas eram grátis, e eu escolhi as duas de propósito, porque elas fazem uma coisa que a maioria dos materiais grátis não faz.

A primeira é o Founder Reads, do Dave Brown. É uma curadoria de leituras com notas e exercícios, liberada por cadastro de e-mail. Repare no "com exercícios". Ela não entrega uma lista de livros. Entrega a lista, o que tirar de cada um e o que fazer depois.

A segunda é a newsletter do Creator Hooks, do Jake Thomas: análises periódicas de títulos e miniaturas de vídeo. A análise grátis é feita com o mesmo método que sustenta a parte paga, que é um aplicativo de pesquisa de títulos.

O padrão das duas é o mesmo, e é o que eu levaria daqui:

> O material grátis bom é o seu método aplicado a um caso. Ele dá resultado sozinho, e quem usa entende que existe um jeito de trabalhar por trás.

O material grátis ruim é o aperitivo: três dicas soltas, um "no curso eu mostro o resto", uma promessa sem entrega. Ele até capta e-mail. Só que a pessoa chega no degrau 2 sem saber por que deveria confiar em você.

O que o degrau 1 precisa ter

- **Uma entrega que funciona sem compra nenhuma depois.** Se a pessoa nunca comprar nada, ela ainda saiu com algo útil.
- **O seu critério à vista.** Não só o quê, mas por quê. É o critério que vende o próximo degrau.
- **Um próximo passo nomeado.** Discreto, no fim, apontando para uma oferta específica.

Este texto que você está lendo é um degrau 1. Fica aberto, não pede nada, e no fim aponta para uma versão em PDF.

Degrau 2. Kit: uma dor, uma entrega, hoje

O degrau mais cheio da amostra: treze ofertas. É também o que mais aparece quando alguém diz "quero começar a vender alguma coisa".

O kit resolve uma dor só e entrega uma coisa que a pessoa usa no mesmo dia. Abrir o arquivo, achar o gancho, montar o roteiro, organizar a pauta. Ninguém compra kit para "aprender sobre". Compra para fazer.

Os formatos que apareceram:

Biblioteca. Uma coleção grande e navegável. O exemplo mais claro é o The Book of Hooks, uma biblioteca pesquisável com mais de 2.300 ganchos, por US$24 com acesso vitalício. O Hook Vault, com 200 ganchos, aparecia por US$27 em preço promocional anunciado frente a US$47. O Viral Hooks Vault, do Paul Londoño Del Castillo, custava US$15 no checkout, com complementos de CTAs e roteiros por US$8 cada.

Modelo. Um arquivo pronto para preencher. O YouTube OS, do Ali Abdaal, é um sistema de organização da produção de vídeo por US$27. No The Futur, o Grids and Layout, do Viktor Baltus, estava por US$59, e o Style Guide Kit, do Ben Burns, por US$79.

Pacote de prompts ou de skills. O AI Prompt Pack, com 150 prompts para conteúdo, aparecia por US$37 frente a uma referência de US$57. No Brasil, o mac.IA, do Renato Asse, reúne skills de copy e design, execução em IDE e um humanizador de texto, por R$97, com a página indicando assinatura anual.

Aula curta. O Carrossel IA, do Fernando Barra, é um treinamento de uma hora e meia sobre carrosséis com IA. O preço de R$47 apareceu no conteúdo indexado da página oficial; o checkout eu não consegui confirmar.

Upgrade de funil. O Feed Minimalista, da Carol Cantanhêde, apareceu como oferta de upgrade de R$37 com acesso por dois anos, numa página específica de funil que menciona também uma opção básica de R$27. O preço regular não aparece ali; aquela é a oferta mostrada para quem já está dentro.

O que o kit ensina

Três coisas se repetiram no degrau 2 e valem para qualquer pessoa que vá montar o seu:

O título diz a entrega. "Hook Vault", "Prompt Pack", "Style Guide Kit". Você sabe o que tem dentro antes de abrir. Kit com título poético perde o único argumento que tem, que é a clareza.

O preço é baixo porque a dor é estreita. Ninguém aqui prometeu mudar a vida de ninguém. Prometeu poupar a tarde de quarta. É uma promessa menor e muito mais fácil de cumprir.

O kit vive de vizinhos. Complemento no checkout, pacote com outro produto, upgrade para quem acabou de comprar. Repare quantos kits apareceram junto de outro kit. Um kit sozinho raramente paga a conta; ele é a porta de uma prateleira.

Uma pergunta para você responder antes de seguir: qual é a tarefa que o seu público faz toda semana, com raiva, e que você faz em metade do tempo? Isso é um kit.

Degrau 3. Sistema: um jeito de repetir a entrega

Dezesseis ofertas, o degrau com mais variedade de preço. Aqui o comprador não quer mais um arquivo. Quer sair com **um modo de trabalhar** que ele consegue repetir sem você.

Repare na palavra que aparece em vários nomes: "Operating System". Sistema operacional. É o nome que diz o que está à venda.

Os exemplos internacionais:

- The Content Operating System, do Justin Welsh: um curso de mais ou menos noventa minutos sobre escrever uma newsletter e reaproveitar o texto em posts. A landing mostrava US$79 em promoção, enquanto o catálogo mantinha US$200. Sem suporte individual.
- The LinkedIn Operating System, do mesmo autor: método de perfil, publicação e relacionamento no LinkedIn, US$200 no catálogo oficial. Checkout não confirmado.
- The 2 Hour Writer, do Dan Koe: curso e recursos para um sistema de escrita com IA, US$150, incluindo 250 créditos de IA. Créditos têm limite; não é IA ilimitada.
- Carousel Design, do Chris Do no The Futur: processo para criar carrosséis de autoridade, US$199.
- No topo do degrau, a Part-Time YouTuber Academy, do Ali Abdaal, a US$995 com acesso vitalício anunciado, e o Positioning & Lead Generation, do The Futur, a US$699.

Os exemplos brasileiros ficaram numa faixa bem mais estreita:

- Fórmula Viral, do Hyeser: Reels Lab, modelos, gravação e edição, com um ano de acesso. R$297 à vista, anunciado como lançamento frente a um preço anterior de R$597.
- A Revolução do Conteúdo, do mesmo autor: conteúdo para Instagram e uso de ChatGPT, R$397, também com um ano de acesso.
- Reels Pro, do Rafael Bem: mais de quarenta aulas de produção e edição de Reels, R$297, com suporte e comunidade por um ano, frente a um preço anterior anunciado de R$997.

Duração não é preço

A coisa que mais me surpreendeu neste degrau: o curso de noventa minutos e o programa de dezenas de aulas convivem na mesma faixa. O Content OS cabe numa tarde e custava, na landing, mais do que vários cursos longos.

Por quê? Porque o comprador do degrau 3 não paga por hora de vídeo. Paga por não ter que inventar o processo. Se o sistema é bom, quanto mais curto, melhor: ele começa a usar antes.

Isso tem uma consequência prática para quem vai montar o próprio sistema. A tentação é gravar trinta aulas para "justificar o preço". O que justifica o preço é a pessoa conseguir repetir a entrega na semana seguinte. Trinta aulas que ninguém termina valem menos que uma tarde que todo mundo termina.

O que o sistema precisa ter

Lendo as dezesseis páginas, o que separa um sistema de uma coleção de aulas:

01 **Uma entrega final nomeada.** "Uma newsletter por semana e os posts que saem dela." "Um carrossel de autoridade." O comprador sabe o que vai produzir quando terminar.

02 **Demonstração.** O autor fazendo, não só explicando. Em quase todas as páginas fortes aparece o autor usando o próprio processo.

03 **Os modelos junto.** Método sem modelo vira teoria; modelo sem método vira kit. O sistema é os dois.

04 **Um limite declarado.** "Sem suporte individual", "créditos limitados", "um ano de acesso". As melhores páginas dizem o que o produto não faz. Isso aumenta a confiança no que ele faz.

Degrau 4. Premium: aplicação no seu negócio

Seis ofertas, e é aqui que o preço muda de casa decimal.

O que o comprador compra no degrau 4 não é informação. A informação ele já tem, ou poderia ter, nos degraus de baixo. Ele compra **alguém olhando para o caso dele**: diagnóstico, decisão e revisão.

Os exemplos:

- Conexão Estratégica, da Cassi Souza: seis meses, encontros quinzenais de até duas horas, estratégia personalizada. R$5.000 à vista, ou seis cobranças de R$967 (total de R$5.802).
- The Lab, do Jay Clouse no Creator Science: comunidade, office hours, sessões de hot seat, cursos e um painel próprio. US$2.000 por ano, com lista de espera e uma exigência de entrada: US$100 mil por ano em receita que não venha de serviços. Não é mentoria individual.
- Founder OS, do Matt Gray: comunidade, sistemas, ferramentas e sessões de implementação. A página mostrava US$9.800, sem dizer a periodicidade. Não dá para inferir se é anual nem quanto dura o acompanhamento.
- The 1K Challenge, do Ali Abdaal: três níveis de programa, de US$995 a US$4.995. A página mostra a faixa, mas não detalha o que muda de um nível para o outro.
- Mentoria Agência Massa, da Abehba: programa de cinco meses em grupo para operação de agência, com posicionamento, pessoas, processos,

preço, prospecção e previsibilidade. Preço não divulgado; entra por aplicação.

- Pro Group, do The Futur: comunidade e orientação para negócios criativos. Preço não localizado no conteúdo público.

O que o premium cobra de verdade

Três coisas aparecem em todas as ofertas fortes do degrau 4, em proporções diferentes:

Seleção. O The Lab exige receita mínima. Vários pedem aplicação. A seleção não é só exclusividade de marketing: ela garante que o grupo tem problemas parecidos, e isso é metade do valor de estar ali.

Tempo seu, com data. Encontros quinzenais, sessões de implementação, office hours. O premium vende agenda. E agenda é a única coisa que não escala, por isso custa caro.

Revisão do trabalho. O comprador mostra o que fez e alguém diz o que está errado. É o que nenhum curso entrega.

Se você toca um negócio de uma pessoa, essa é a parte que pede mais cuidado. O degrau 4 é o que mais paga e o que mais consome você. Cada vaga a mais é uma tarde a menos. A pergunta que eu faria antes de abrir é simples: quantas pessoas eu consigo acompanhar bem ao mesmo tempo sem deixar o resto do negócio parado?

O galho do lado: ferramenta com mensalidade

Três ofertas da amostra não cabiam na escada, e vale entender por quê.

- PostWave, plano Basic: R$47 por mês para 10 carrosséis, 15 roteiros e uma persona.
- Creator Carousel: pacotes de crédito de US$14,97, US$24,97 e US$49,97, para 5, 10 e 25 carrosséis, sem vencimento anunciado.
- O aplicativo do Creator Hooks: planos de US$19, US$49 e US$99 por mês. A tabela é pública; o checkout não abriu na minha consulta.

Ferramenta é outro negócio. Ela concorre com o tempo de execução, não com informação, e tem um custo que PDF não tem: servidor, suporte, conta de IA, bug às três da manhã. Para uma pessoa sozinha, montar uma ferramenta é montar uma segunda empresa.

Eu não colocaria ferramenta na escada de quem está começando. Colocaria, no máximo, como recomendação: "eu uso isto para fazer o que o kit ensina".

O que fica fora da página: as ofertas sem preço

Cinco ofertas da amostra não mostravam preço em lugar nenhum que eu tenha conseguido acessar. Além da Agência Massa e do Pro Group, o Stories10x, do Leandro Ladeira, o O Superpoder, do Paulo Cuenca, e o Ship 30 for 30, do Dickie Bush e do Nicolas Cole, que anunciava turma de 5 de outubro a 9 de novembro.

Isso não é defeito. É uma escolha de arquitetura: o preço aparece numa conversa, num diagnóstico, numa abertura de turma. Funciona quando a pessoa já chega aquecida, e quase sempre vem acompanhada de uma audiência grande o suficiente para encher a turma.

Para quem está começando, eu faria o contrário. Preço à vista, com contexto (o que inclui, por quanto tempo, como cobra). Quem ainda não tem audiência grande não pode se dar ao luxo de fazer a pessoa perguntar.

Cinco padrões que eu tirei da leitura

Agora é a minha leitura, não a tabela. Separei porque são coisas diferentes: a tabela é fato observado num dia; isto aqui é a interpretação de alguém que vai usar a tabela para decidir.

01 Cada degrau aponta para o próximo

As escadas que mais me convenceram tinham ligação explícita entre os degraus. A newsletter grátis do Creator Hooks alimenta o aplicativo pago. O kit do Hook Vault aparece em pacote com o prompt pack. O sistema do Justin Welsh fica na mesma loja que o resto dos cursos dele.

Degrau solto é produto órfão. Antes de criar qualquer coisa, eu me pergunto: de qual degrau a pessoa vem, e para qual ela vai depois?

02 O degrau de baixo prova o de cima

Ninguém compra um sistema de alguém cujo material grátis não funcionou. Ninguém aplica para um premium de quem nunca mostrou o processo. A escada funciona de baixo para cima: cada degrau é a prova do próximo.

Por isso começar pelo topo quase nunca dá certo. Mentoria sem material público é pedir para a pessoa confiar no escuro.

03 A promessa fica mais estreita conforme o preço desce

O kit promete pouco e entrega exatamente aquilo. O premium promete mais e cobra para acompanhar. Quando um kit de R$47 promete "transformar seu negócio", a promessa está no degrau errado, e o comprador sente.

04 Limite declarado vende

"Sem suporte individual." "Créditos não equivalem a IA ilimitada." "Exige receita mínima." As páginas que diziam o que o produto não faz me pareceram mais confiáveis que as que prometiam tudo. Admitir o limite é o atalho mais barato para a credibilidade.

05 Preço com contexto, sempre

Metade dos asteriscos da minha tabela vinha de preço sem contexto: promoção sem data, catálogo e landing divergentes, assinatura que parece vitalício. Quem compra de uma pessoa sozinha está comprando a palavra dela. Preço confuso gasta essa palavra antes da venda.

Os quatro erros que a escada evita

Se eu tivesse que resumir em erros, para quem está montando agora:

ERRO	COMO APARECE	O QUE FAZER NO LUGAR
Começar pelo topo	Mentoria cara sem material público que prove o método	Publique o degrau 1 primeiro e deixe ele trabalhar
Cinco kits no mesmo degrau	Vários produtos baratos que resolvem dores parecidas	Um kit por dor; os outros viram complemento ou pacote
Degrau sem saída	Material que termina sem dizer o que vem depois	Toda entrega aponta para um próximo passo nomeado
Preço copiado	"Fulano cobra US$200, então eu cobro R$1.000"	Compare escopo, duração e suporte antes do número

O que eu fiz com isso

Vale contar, porque a escada saiu da teoria aqui mesmo.

No madureira.xyz, o degrau 1 são os estudos abertos, como este, e os materiais grátis em PDF: as bíblias de cada formato, o checklist, os guias. O degrau 2 e o degrau 3 são os materiais pagos, que estão marcados como "em breve" enquanto escrevo, sem preço, com um botão para avisar quando abrirem. O degrau 4 é a mentoria, para quem quer o trabalho aplicado no próprio perfil.

Nenhum desses degraus nasceu do zero. Todos saíram do que eu já faço na agência: os padrões de escrita, as medições, os modelos que uso com clientes. É a vantagem que uma empresa de uma pessoa tem e que quase sempre desperdiça: **o acervo do trabalho real já é o estoque da loja.** Só falta organizar em degraus.

Exercício: desenhe a sua escada

Separe vinte minutos e uma folha. O objetivo é saber quais degraus faltam e qual vem primeiro, mesmo que nenhum esteja pronto.

Passo 1. Liste o que você já faz toda semana

Antes de pensar em produto, escreva cinco tarefas que você faz no seu trabalho (para você ou para cliente) e que alguém do seu público faz pior ou mais devagar. Exemplo: escrever a capa de um carrossel, organizar o mês de pauta, revisar uma proposta.

Passo 2. Encaixe cada tarefa num degrau

Para cada tarefa, pergunte:

- Dá para entregar como **amostra grátis**, um caso resolvido com o seu método? Degrau 1.
- Dá para entregar como **uma coisa que a pessoa usa hoje**, um arquivo, uma biblioteca, um modelo? Degrau 2.
- Dá para entregar como **um processo que ela repete** sem você? Degrau 3.
- Só funciona com **você olhando o caso dela**? Degrau 4.

Passo 3. Preencha a escada

DEGRAU	A DOR	A ENTREGA	O FORMATO	O PRÓXIMO PASSO	JÁ EXISTE?
1. Grátis					
2. Kit					
3. Sistema					
4. Premium					

Regras para preencher:

- **A dor** é uma frase que o seu público falaria, não um conceito. "Não sei o que postar segunda" e não "falta de planejamento estratégico".
- **A entrega** é um objeto. Arquivo, folha, aula de uma tarde, encontro quinzenal. Se você não consegue desenhar a entrega, ela ainda não existe.
- **O próximo passo** aponta para o degrau de cima, com nome.

Passo 4. Escolha um degrau só

Olhe a coluna "já existe?". O primeiro degrau, de baixo para cima, que estiver vazio é o que você constrói agora. Não o mais lucrativo e não o mais divertido. O primeiro vazio.

Passo 5. Pesquise o preço olhando escopo

Quando chegar a hora de pôr preço num degrau pago, abra cinco ofertas parecidas e anote, para cada uma, o que inclui, por quanto tempo, como cobra e qual a ressalva. A data também. Você vai notar o mesmo que eu notei: a maior parte dos preços tem asterisco, e o asterisco diz mais que o número.

Para continuar

Se o seu degrau 1 já existe e o próximo passo é fazer o perfil trabalhar como vitrine dele, o Kit de Bio e Destaques mostra a ordem em que eu arrumo o topo do perfil. E se você quer desenhar a escada com alguém olhando o seu caso, é para isso que existe a mentoria.

Fontes

Todas as ofertas foram consultadas em 14/10/2026 nas páginas oficiais linkadas ao longo do texto. Os preços estão na moeda original, como apareciam naquele dia, com a ressalva de cada um (promoção, divergência entre páginas, checkout não confirmado). A amostra é intencional: 40 ofertas, 28 criadores, autores ou marcas, escolhidos por afinidade com o meu trabalho. Não é uma pesquisa estatística de mercado e não deve ser usada para tirar média.

Nenhuma oferta aqui foi avaliada como boa ou ruim. O estudo descreve como cada uma se apresenta, não a qualidade do que entrega.

Folhas para imprimir

PLANILHA 1 A sua escada

DEGRAU	A DOR (FRASE DO SEU PÚBLICO)	A ENTREGA (UM OBJETO)	O FORMATO	O PRÓXIMO PASSO	JÁ EXISTE?
1. Grátis					
2. Kit					
3. Sistema					
4. Premium					

PLANILHA 2

As tarefas que viram produto

TAREFA DA SEMANA	QUEM FAZ PIOR OU MAIS DEVAGAR	DEGRAU	A ENTREGA

PLANILHA 3

Cinco ofertas para comparar antes de pôr preço

OFERTA E LINK	DEGRAU	O QUE INCLUI	ACESSO OU DURAÇÃO	COMO COBRA	PREÇO E DATA	RESSALVA

QUEM ESCREVEU



Gabriel Madureira

Fundei a Kaleidos, agência de marketing e conteúdo, e trabalho com criação de conteúdo, marketing e IA. Uso o Claude Code e agentes de IA no dia a dia da agência, e é desse trabalho que saem os estudos e os materiais do madureira.xyz.

No Instagram sou @ga.madureira. No X, @ogmadureira.

SOBRE ESTE MATERIAL

Tudo aqui vem do que eu uso de verdade no meu trabalho: as regras, as medições e os exemplos saíram da minha operação e das peças que eu publiquei. Onde um número aparece, ele tem fonte. Onde não tinha fonte, o número não entrou.

Este material não promete resultado. Ele mostra o critério. O resultado depende do que você faz com ele.

EMPRESA DE UMA PESSOA · EDIÇÃO DE OUTUBRO DE 2026 · MADUREIRA.XYZ



Continue em madureira.xyz

PRÓXIMO PASSO	Kit de Bio e Destaques madureira.xyz/produtos/kit-bio-e-destaques
ESTUDOS	Os guias completos, de graça, com um exercício no fim. madureira.xyz
NEWSLETTER	Os próximos estudos chegam por e-mail. madureira.xyz
MATERIAIS	Ebooks, ferramentas e bibliotecas. madureira.xyz/produtos

Gabriel Madureira

@GA.MADUREIRA · @OGMADUREIRA

madureira.xyz