

SEU LIVRO, SUA AUTO RIDA DE.

Como executivos, especialistas
e empreendedores constroem
posicionamento real por meio
da publicação de um livro.



Marcio Coelho

Publisher | Ghostwriter | Estrategista Editorial
km42editorial.com.br

Sobre

O AUTOR



Marcio Coelho tem 26 anos de mercado editorial. Passou por Saraiva, Pearson, Nova Fronteira, Altabooks e Almedina — com passagem por Portugal. Foi gestor de produtos da TAG Livros e coordenou a área de conteúdo da HSM. Fundou uma editora LGBTQIAP+, adquirida por um grande grupo editorial paulistano com apenas um ano e meio de vida.

Hoje, com KM42 Editorial, presta serviços como publisher e ghostwriter para quem entende que um livro não é um sonho — é um ativo estratégico.

**“*Eu não
publico
livros.*”**

**EU CONSTRUO
AUTORES QUE
PRECISAM SER
OUVIDOS.”**

Introdução

POR QUE A MAIORIA DOS LIVROS FRACASSA ANTES MESMO DE SER ESCRITO

Você provavelmente já pensou em escrever um livro.

Talvez já tenha começado. Talvez já tenha parado. Talvez esteja naquele estágio em que você sabe que tem algo a dizer, mas não sabe muito bem como transformar isso numa obra que funcione — não só na prateleira, mas no mundo real.

A verdade desconfortável é esta: a maioria dos livros publicados fracassa. Não porque o conteúdo seja ruim. Não porque o autor não saiba do que está falando. Mas porque o livro foi feito sem estratégia.

São livros genéricos. Sem posicionamento claro. Sem leitor definido. Sem objetivo além da vaidade de ter o próprio nome na capa. E no final, viram peso — financeiro e de imagem.

Este e-book existe para mostrar um caminho diferente. Um caminho em que o livro não é o destino, mas o veículo.

Publicar não é um ato de autoexpressão, mas de construção de autoridade real — a que abre portas, gera negócios e posiciona você onde quer estar.

Vamos começar pelo problema.



Capítulo 1

O LIVRO QUE NÃO POSICIONA NINGUÉM

Mensalmente, quase dois mil títulos novos chegam ao mercado. Executivos, médicos, advogados, coaches, empreendedores — todos querendo “deixar seu legado”. Todos com histórias que merecem ser contadas. Todos com anos de experiência acumulada.

E ainda assim: a maioria desses livros some em meses. Não vende. Não é lembrado. Não muda nada na carreira de quem o escreveu. Por quê?

O ERRO COMEÇA ANTES DA PRIMEIRA PALAVRA

A maioria das pessoas começa um livro da mesma forma: com uma ideia vaga e muita animação. “Vou escrever sobre liderança.” “Vou contar minha trajetória.” “Vou compartilhar o que aprendi em 20 anos de mercado.”

O problema não é a ideia. O problema é que ideia não é estratégia.

Um livro que não responde a perguntas básicas — para quem é isso? O que muda na vida de quem ler? O que esse livro faz pela carreira de quem o escreve? — está fadado ao fracasso antes de ser publicado.

OS QUATRO ERROS MAIS COMUNS

1. Escrever para si mesmo: o livro que o autor gostaria de ter lido, e não o livro que o leitor precisa encontrar.
2. Falar de tudo: amplitude não é autoridade. Quem fala de tudo não é referência em nada.
3. Publicar por vaidade: o desejo de “ter um livro” não sustenta uma estratégia. Sustenta um custo.
4. Ignorar o mercado: um livro sem pesquisa de posicionamento é um produto sem leitor definido.

Esses erros não são de pessoas despreparadas. São de pessoas muito preparadas que nunca foram orientadas sobre como um livro funciona estrategicamente.

“Um livro ruim não é aquele mal escrito. É aquele que não sabe para que existe.”

Capítulo 2

O LIVRO COMO ATIVO ESTRATÉGICO

Existe uma diferença fundamental entre publicar um livro e construir autoridade por meio de um livro. Publicar é um ato. Construir autoridade é um processo.

Quando o livro é bem concebido — com posicionamento claro, mensagem alinhada ao mercado e objetivo estratégico definido —, ele se transforma em algo muito mais poderoso do que páginas encadernadas.



O QUE UM LIVRO ESTRATÉGICO FAZ POR VOCÊ

- » Credibilidade instantânea: um livro publicado com consistência é o cartão de visitas mais sofisticado que existe. Ele diz, antes de você falar, que você domina o assunto.
- » Porta de entrada para palestras e eventos: organizadores escolhem especialistas com livros. A equação é simples.
- » Base para cursos, mentorias e programas: o livro organiza o que você sabe. Tudo o que vem depois é derivação desse conteúdo.
- » Diferenciação competitiva: no seu mercado, quantas pessoas têm um livro publicado? Provavelmente poucas. E as que têm, publicaram da forma certa?
- » Geração de negócios: clientes que chegam a partir de um livro chegam com um nível de confiança preestabelecido que nenhuma campanha de marketing consegue replicar.

O ROI DA AUTORIDADE

É difícil medir o retorno de um livro em planilha. Mas é fácil enxergar na prática: o especialista que publica cobra mais, fecha mais rápido, é menos questionado e é mais indicado.

Não porque ficou mais inteligente. Mas porque ficou mais visível e mais confiável.

Isso é autoridade. E autoridade tem valor econômico direto.

***“Você não
precisa ser
o melhor do
mercado.***

**PRECISA SER O MAIS
RECONHECIDO NO
LUGAR CERTO, PARA
O PÚBLICO CERTO.”**

PARA QUEM É ESTE CAMINHO

Antes de continuar, precisamos ser honestos. Um livro estratégico não é para todo mundo. E reconhecer isso é parte do que torna esse caminho eficaz para quem segue.

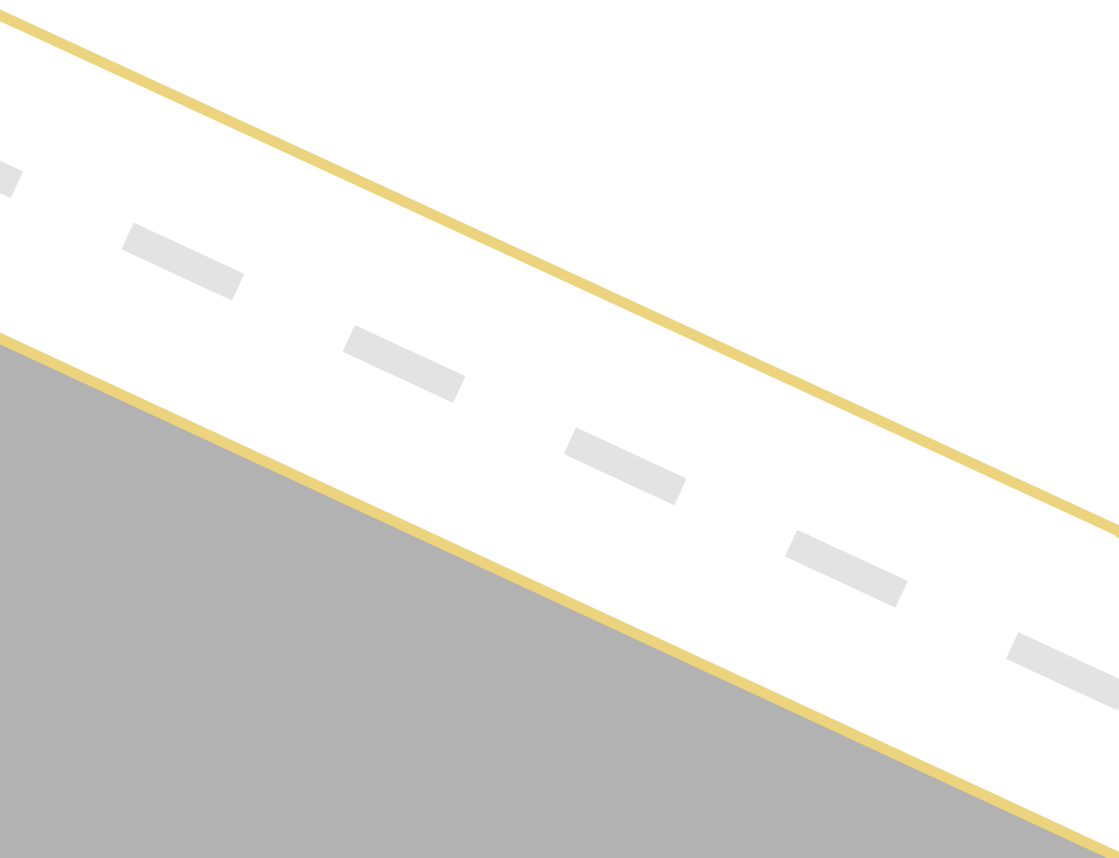
É PARA VOCÊ SE:

- » Você é um executivo que quer consolidar uma posição de autoridade no mercado.
- » Você é médico, advogado, consultor ou especialista técnico que quer ser referência — e não apenas mais um profissional competente.
- » Você é empreendedor que entende que sua maior vantagem competitiva é o que sabe, não apenas o que vende.
- » Você quer abrir portas para palestras, convites, parcerias e oportunidades que hoje não chegam até você.
- » Você vê o livro como investimento, não como custo.

NÃO É PARA VOCÊ SE:

- » Você quer apenas realizar o sonho de escrever um livro.
- » Você busca a opção mais barata do mercado.
- » Você não está disposto a se posicionar com clareza.
- » Você quer publicar, mas não quer ser visto.

Se você se identificou com o primeiro grupo, o que vem a seguir foi feito especificamente para você.

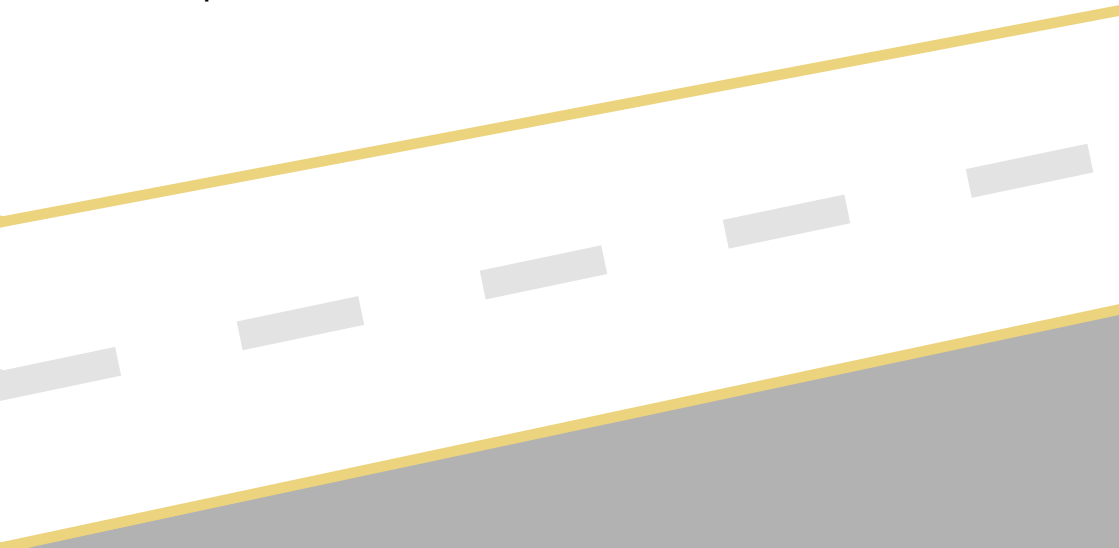


Capítulo 4

A METODOLOGIA KMo AO KM42

Depois de 26 anos publicando livros — e mais de uma década ajudando autores a construírem autoridade real —, desenvolvi uma metodologia que vai do zero à obra publicada de forma estratégica.

Chamei de KMo ao KM42: uma jornada em etapas, em que cada quilômetro representa um estágio do processo. Não começa pelo livro. Começa pelo que realmente importa: seu posicionamento.



KM0 A KM5 **DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO**

Antes de uma linha ser escrita, precisamos responder perguntas fundamentais:

- Quem é você no mercado e como quer ser percebido?
- Para quem esse livro vai falar — e o que muda na vida dessas pessoas ao lê-lo?
- Qual é o objetivo estratégico deste livro: palestras, clientes, posicionamento, legado?
- O que esse livro deve fazer por você nos próximos três anos?

Sem essas respostas, qualquer livro é construído no escuro.

KM6 A KM20 **ESTRUTURA**

Com o posicionamento definido, construímos a arquitetura do livro:

- Sumário inteligente — que conta uma história e guia o leitor com intenção.
- Linha narrativa — o fio condutor que dá coerência a cada capítulo.
- Mensagem central — a ideia que o leitor vai carregar para sempre.

Aqui evitamos o erro mais comum: uma coleção de capítulos sem direção.

KM21 A KM35 **PRODUÇÃO**

É aqui que o conteúdo ganha forma. Com acompanhamento estratégico em cada etapa:

- Desenvolvimento dos capítulos com orientação de voz, ritmo e profundidade.
- Integração de histórias reais, cases e experiências que tornam o conteúdo memorável.
- Revisões conceituais para garantir coerência com o posicionamento definido.

Você não escreve sozinho. Mas você assina com convicção.

KM36 A KM42 **FINALIZAÇÃO**

A reta final: aqui o livro se torna um produto.

- Revisão linguística e editorial.
- Projeto gráfico e diagramação.
- Publicação — digital, física ou ambas.
- Preparação para uso estratégico: como posicionar, distribuir e ativar o livro no mercado.

“

Você não
escreve sozinho.

Você não
toma decisões no escuro.

Você não
publica por vaidade.

**VOCÊ
CONSTRÓI
UM ATIVO.”**

Capítulo 5

OS 5 ERROS FATAIS DE QUEM PUBLICA SEM ESTRATÉGIA

Ao longo de mais de duas décadas no mercado editorial, vi padrões se repetirem. Autores talentosos, com conteúdo relevante, cometendo os mesmos erros — e pagando um preço alto por isso.

Estes são os cinco mais comuns:

ERRO 1: **COMEÇAR PELO TÍTULO**

O título é consequência, não ponto de partida. Autores que começam pelo título tendem a escrever o livro para encaixar no título — e não para servir ao leitor e à estratégia. O resultado é um livro que soa artificial.

ERRO 2: **ESCREVER PARA IMPRESSIONAR COLEGAS**

Muitos especialistas escrevem para ser reconhecidos pelos pares. O problema é que os pares já sabem o que eles sabem. O livro precisa falar com quem ainda não os conhece — e convencer esse público de que vale a pena ouvi-los.

ERRO 3: **CONFUNDIR VOLUME COM PROFUNDIDADE**

Um livro de 300 páginas não é melhor do que um de 160. Autoridade não se mede em páginas. Mede-se em clareza, consistência e impacto. Livros gordos sem foco são lidos pela metade — e abandonados.

ERRO 4: **SUBESTIMAR O PROJETO GRÁFICO**

A primeira impressão é visual. Um livro mal diagramado, com capa genérica, já comunica ao leitor que o conteúdo pode ter o mesmo problema. Design é posicionamento. Não é detalhe.

ERRO 5: **PUBLICAR E NÃO ATIVAR**

O maior erro de todos. Publicar o livro e não saber o que fazer com ele depois. O livro não se vende sozinho. Ele precisa de uma estratégia de ativação — como será apresentado, em quais contextos, para qual público e com qual objetivo de curto e médio prazo.

“Publicar sem estratégia é como abrir uma empresa sem plano de negócios. Pode funcionar. Mas as chances jogam contra você.”

Capítulo 6

O QUE O LIVRO FAZ POR VOCÊ QUE NENHUM MARKETING FAZ

Vivemos na era do conteúdo. Todo mundo posta. Todo mundo produz. Todo mundo tem um canal, uma newsletter, um perfil.

O problema do conteúdo digital é que ele é descartável por natureza. Um post de hoje compete com mil posts amanhã. Um vídeo viral hoje é esquecido na semana que vem.

Um livro, não.

PERMANÊNCIA

Um livro dura. Ele ocupa espaço físico na mesa de reunião, na estante do escritório, na bolsa de viagem, nos arquivos digitais. Ele é presenteado, emprestado, fotografado. Ele existe depois que você sair da sala.

PROFUNDIDADE

Nenhum post explica seu pensamento com a profundidade de um livro. E é exatamente essa profundidade que converte: o leitor que termina seu livro já decidiu se quer trabalhar com você.

SELETIVIDADE

Quem lê um livro inteiro sobre determinado tema está seriamente interessado naquele tema. Isso significa que o livro atrai exatamente o público que você quer — qualificado, comprometido e pronto para avançar.

LEGITIMIDADE

Em qualquer cultura, autor é sinônimo de expertise. Um livro publicado com consistência eleva automaticamente a percepção do mercado sobre quem o escreveu. Não é sobre ego. É sobre como o mercado funciona.

São duas alternativas: você constrói essa percepção intencionalmente ou deixa o mercado construir uma percepção qualquer sobre você.

“Clientes que chegam a partir de um livro chegam com confiança preestabelecida. Isso não tem preço — mas tem valor econômico direto.”

Capítulo 7

DEPOIMENTOS

autores que construíram com a KM42

Mais do que explicar o processo, quero que você saiba de quem passou por ele.

ALLAN BARROS autor de *Criatividade Exponencial*

“Quando o manuscrito de *Criatividade Exponencial* começou a tomar forma, a tese e os frameworks estavam lá, mas o texto estava técnico e frio demais. Faltava a alma que sempre defendo nas minhas campanhas. Foi então que conheci o Marcio Coelho.

Marcio fez uma escuta ativa do meu modelo mental. Ele me ajudou a entender que o que estava por trás de cada técnica faria uma diferença brutal na conexão com o leitor. Não era mais sobre apenas explicar o “como fazer”, mas revelar o “por que fazer”.

Ele pegou a minha engenharia de campanhas e ajudou a traduzi-la para uma linguagem que respira e inspira, trazendo o equilíbrio perfeito entre resultado e criatividade. O sucesso de *Criatividade Exponencial* não seria o mesmo sem o seu tempero preciso.

Avocê, Márcio, meu muito obrigado. Você ajudou a transformar um manual técnico em um verdadeiro movimento, colocando a alma certa em cada página.”

FERNANDA MURADAS

“Sentei com o Marcio e parei na primeira pergunta dele: ‘O que você quer com esse livro?’ A partir daí, começamos um trabalho a quatro mãos que está transformando o que seria apenas um livro cheio de narrativas em uma obra que me posiciona com muito mais autoridade.”

DANIEL FAVORETTO

autor de *A intriga político-doméstica*

“Duas qualidades do Marcio foram fundamentais: clareza na interação com o autor e flexibilidade para se adaptar ao plano de publicação. Recomendo a outros autores que buscam um experiente e detalhista par de olhos.”

SIDNEY NASCIMENTO

autor de *Felo de Se*

“Sem o acompanhamento do Marcio, sem as dicas dele para incluir mais diálogos na narrativa, a minha novela não teria vindo ao mundo. Um publisher com amor à literatura e respeito aos autores.”

PEDRO FARINHA

autor de *A conspiração das abelhas*

“O Marcio foi um porto seguro para qualquer dificuldade que, inevitavelmente, aparecia no caminho desconhecido. Foram quatro anos de apoio. O meu débito de gratidão sempre existirá.”

Conclusão

ISSO NÃO É SOBRE ESCREVER UM LIVRO

Se você chegou até aqui, já entendeu que este e-book não é um guia de escrita criativa. Não é sobre como escolher palavras ou como organizar capítulos.

É sobre posicionamento. É sobre intenção. É sobre transformar o que você sabe em algo que o mercado reconhece, valoriza e paga para ter acesso.

Um livro estratégico não é para quem quer realizar um sonho. É para quem entende que sonhos sem estratégia custam caro — e que autoridade é um ativo construído, não herdado.

Se você quer construir esse ativo, o próximo passo é simples.

Próximo passo

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO KM42

Uma sessão de 90 minutos com Marcio Coelho para mapear seu posicionamento, definir o objetivo do seu livro e entender se a jornada KM42 é o caminho certo para você.

Não é uma conversa de vendas. É uma análise estratégica real — da qual você sai com clareza, independente de qualquer decisão.

km42editorial.com.br

wa.me/+5511991735056

KM42 Editorial | *Nós fazemos. Você assina. O mundo lê.*