hotmart

O Próximo Dígito

Leitura obrigatória para quem quer faturar mais no digital.



EDIÇÃO #13

Se você não quiser mais receber a nossa newsletter, é só clicar aqui para sair da lista.

Você já reparou que o seu negócio digital anda sempre pela mesma estrada? Mesma audiência, mesmo preço, mesmo país. Funciona, mas parece que cada volta rende um pouco menos, porque toda estrada tem um fim e **você precisa pensar em uma nova rota para continuar crescendo.**

Nesta edição, você vai conhecer 3 frentes que estão ali paradas, só esperando você explorar.

Por dentro do mercado

Você briga pela audiência mais disputada do Brasil

Todo dia você disputa o mesmo público brasileiro que todos os seus concorrentes também querem: gente que já foi impactada mil vezes, que já viu ofertas parecidas com a sua e cujo clique fica mais caro a cada trimestre. Enquanto isso, **existe um mercado inteiro do lado de fora que ainda não te conhece,** com muita gente fazendo as primeiras compras digitais da vida agora.

> **E não é um mercado pequeno. A economia de criadores na América Latina foi estimada em US$ 13,7 bilhões em 2025, com projeção de crescer perto de 28% ao ano nos próximos anos, segundo a Grand View Research. Esse movimento já chega ao digital brasileiro: 1 em cada 3 transações da Hotmart hoje vem de fora do Brasil.**

Mas não basta replicar a estratégia que deu certo aqui. Traduzir o produto e montar uma campanha única para México, Chile e Colômbia só vai fazer o dinheiro entrar e sair sem retorno, porque cada país compra de um jeito. É preciso tratar cada mercado como se fosse o primeiro: prova social de gente local, uma comunicação pensada para aquela cultura e a humildade de testar do zero.

Abrir esse caminho pode até dar mais trabalho do que espremer a audiência que você já tem. Mas é ali, no mercado que os seus concorrentes ainda acham distante demais, que costuma estar o crescimento que você tanto busca.

Para você escalar

Você já vendeu para quase todo mundo no seu preço

Muito provavelmente, você já impactou quase todo mundo que toparia comprar seu curso pelo valor que ele custa. Prova disso é que seus números parecem bater sempre na mesma trave, lançamento após lançamento.

> **Alguns produtores acreditam que a saída é fazer uma oferta mais barata, mas o salto costuma vir justamente do caminho oposto: o high ticket. Afinal, no meio de qualquer nicho, há um grupo disposto a pagar caro para ter uma experiência mais próxima e personalizada, como uma mentoria ou uma consultoria.**

Para ampliar sua esteira com esse tipo de serviço, você só precisa tomar cuidado com a informalidade. Ninguém gosta de burocracias, mas, muitas vezes, elas existem para proteger o seu lucro e as suas noites de sono.

A boa notícia é que a Hotmart oferece uma estrutura completa para você se preocupar apenas com o conteúdo que será entregue. Aqui, seus clientes contam com pagamento flexível, contrato dentro do próprio checkout e a gestão do acompanhamento no mesmo lugar, sem combinar nada no boca a boca.

E vale dizer que **a procura por um aprendizado sob medida vem crescendo cerca de 26% ao ano**, segundo a Research and Markets. Por isso, enquanto a maioria briga para ver quem cobra mais barato, o produtor que sabe vender caro do jeito certo sai ganhando.

Para aplicar na hora

3 passos para encontrar a próxima tendência antes dos seus concorrentes

As redes sociais entregam seu conteúdo para quem já se interessa pelo seu tema, o que é excelente. Mas isso acaba te deixando preso na mesma bolha de referências que todo mundo do seu nicho consome.

O segredo para furar essa bolha é encontrar você mesmo a próxima tendência, e o melhor lugar para procurar por ela é onde ninguém está prestando atenção.

1. **Busque inspiração em criadores nacionais de outros nichos** e evite seguir apenas referências que todo mundo do seu nicho já segue.
2. **Internacionalize seu feed** seguindo criadores de fora, que falam outros idiomas, e observe quais formatos e ganchos estão viralizando por lá.
3. **Adapte esse formato para a sua língua e o seu público antes de ele virar tendência aqui,** e teste rápido em vez de esperar a ideia perfeita.

O que transforma um formato de fora em um conteúdo que só você poderia ter feito é a sua voz, a sua vivência e o seu jeito. Por isso, a referência deve ser só o ponto de partida, nunca o destino.

O que você achou do conteúdo desta edição?