hotmart

O Próximo Dígito

Leitura obrigatória para quem quer faturar mais no digital.



EDIÇÃO #21

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

TODA TERÇA, ÀS 6H, NO SEU EMAIL

Você pode ter um conteúdo excelente e uma ideia que merece sair do papel, mas um simples detalhe pode fazer o público ir embora antes de chegar à venda.

Nesta edição, você vai ver onde esse detalhe costuma aparecer: no curso aberto no celular, na página que ainda não existe e nos primeiros segundos do seu vídeo.

Por dentro do mercado

O que acontece com seu curso fora do computador?

A aula começa no ônibus. Seu aluno assiste a alguns minutos, guarda o celular ao chegar ao trabalho e só consegue voltar à noite. Quando abre o curso de novo, precisa encontrar o ponto em que parou e recuperar o fio da explicação.

O conteúdo continua disponível, mas quanto tempo ele leva até conseguir voltar a aprender?

O celular já faz parte da experiência de quem estuda online. Em uma pesquisa realizada em 2022 pela Mobile Time e pela Opinion Box, 47% dos usuários de smartphone entrevistados disseram já ter feito um curso remoto com aulas e avaliações oferecidas inteiramente por aplicativo.

Essa mudança de tela traz desafios que podem passar despercebidos na hora de criar um curso. Um material difícil de ler, uma aula que demora a carregar ou uma navegação que exige vários toques podem atrapalhar o ritmo de quem estuda nos intervalos da rotina.

> **Um estudo publicado em 2026 na Nature Human Behaviour associou atrasos de apenas um ou dois segundos no carregamento a indicadores piores de aprendizagem. Quando o aluno já precisa encaixar os estudos entre o trabalho e os compromissos do dia, até o tempo de espera merece atenção.**

Por isso, vale percorrer seu próprio curso pelo celular, do início ao fim, com os dados móveis em vez do wi-fi, e incluir uma pausa no meio da aula e a retomada mais tarde. Observe também quanto tempo a aula leva para carregar e se é fácil encontrar o ponto em que parou, acessar os materiais e seguir para a próxima etapa.

O ideal é que seu curso funcione no ônibus e onde mais seu aluno estiver.

Para você escalar

Sua melhor ideia de Black ainda está parada na fila do design?

Novembro mal começou, e a sua lista de ideias para a Black já está grande. Tem a oferta de upgrade para quem já é aluno, uma condição especial para quem ainda não comprou e aquele quiz que pode ajudar o lead a descobrir qual produto faz mais sentido para ele.

Cada ideia depende de uma página, mas o time de design e desenvolvimento já está ocupado com os criativos e os emails da Black. Ou pior ainda: você não tem time e precisa se virar sozinho.

O caminho mais comum é escolher a ideia mais segura, colocar só ela no ar e deixar o resto para o ano que vem. Só que, numa Black que dura o mês inteiro, **cada semana com uma oferta parada é uma semana em que ela deixa de vender.** E, se a página que entrou no ar não converter como você esperava, sobra pouco tempo para criar uma nova versão e testar de novo.

> **É aí que o Launchpad, a ferramenta de IA da Hotmart que cria páginas, sites e aplicativos a partir de uma conversa, pode ajudar a tirar essas ideias do papel.**

Você descreve o que precisa como explicaria para uma pessoa. Pode pedir, por exemplo, "crie uma página de Black para os alunos do meu curso de inglês, com upgrade para a versão completa até 30/11". A primeira versão aparece em poucos minutos, e você pode fazer ajustes pelo chat ou clicando diretamente no trecho que deseja alterar.

O mesmo processo vale para o quiz e as outras páginas, sem você precisar escrever nenhuma linha de código. Quando tudo estiver pronto, basta publicar e, se o produto já for vendido pela Hotmart, inserir o link do checkout para começar a vender.

Assim, as ideias que ficariam para o ano que vem chegam ao seu público ainda nesta Black.

Para aplicar na hora

Quanta gente sai do seu vídeo antes de ele começar de verdade?

Quem ensina há anos vai juntando peças pelo caminho, como uma aula que deu certo, um exercício visto no perfil de alguém e uma técnica aprendida num curso qualquer. Com o tempo, o produto vira uma colcha de retalhos que funciona bem com você explicando, mas trava quando o aluno tenta seguir sozinho.

Isso nem parece um problema até chegar o momento de expandir o seu negócio digital. Só quando você quer entregar uma experiência em grupo, passar parte do acompanhamento para a sua equipe ou abrir uma nova turma é que as emendas começam a aparecer.

Quem grava uma aula aberta, uma live de lançamento ou um vídeo longo para o YouTube costuma guardar o melhor para depois. Primeiro vêm a apresentação, a história de como você chegou até ali, o pedido para curtir o vídeo, e só então o conteúdo começa.

O problema é que, nos primeiros segundos, quem clicou ainda está decidindo se vale a pena continuar. Você pode ter uma aula excelente e aprofundar o assunto ao longo de uma hora, mas precisa dar ao público um motivo para ficar antes de chegar lá.

Antes de gravar o próximo vídeo, revise estes 4 pontos no roteiro de abertura:

1. **Confirme a promessa do título:** diga logo, com outras palavras, o que o título e a capa prometeram. Quem clicou quer saber se está no lugar certo.
2. **Entregue algo concreto antes da apresentação:** um resultado, uma dica que já dá para usar ou o trecho mais forte do conteúdo. A sua história pode vir depois, quando a pessoa já decidiu ficar.
3. **Mostre quem está falando:** o seu jeito de explicar, o seu humor ou uma opinião que só você tem ajudam o público a escolher você entre tantos vídeos parecidos.
4. **Planeje os cortes desde o roteiro:** marque os trechos que podem virar vídeos curtos e atrair público para o conteúdo completo.

No próximo vídeo, escreva os primeiros 20 segundos antes de qualquer outra parte do roteiro. Se eles não convencerem alguém a ficar, provavelmente, o resto nem vai chegar a ser visto.

O que você achou do conteúdo desta edição?