hotmart

O Próximo Dígito

Leitura obrigatória para quem quer faturar mais no digital.

EDIÇÃO #9

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

Você acorda, abre o celular e encontra três notificações de venda que apareceram sozinhas, sem nenhum anúncio por trás.

Esse dinheiro não veio de fora. Ele já estava parado dentro do seu funil: no cliente que comprou uma vez e nunca foi incentivado a voltar, no lead que chegou até o checkout e esbarrou no pagamento e no seguidor que te acompanha há meses sem nunca ter tirado o cartão do bolso.

Nesta edição, você vai aprender a transformar cada uma dessas pessoas em uma venda e tirar do esconderijo o que sempre foi seu.

O lead entra na sua página, mas vai embora sem comprar? Quase sempre é um detalhe que derruba a venda.

A **AnaLisa** é a IA gratuita da Hotmart que lê a sua página, dá uma nota e te mostra o que corrigir. O resultado sai em poucos segundos!

Analise sua página

Por dentro do mercado

Pare de tentar vender mais e aprenda a vender de novo

O que você faz quando os números param de crescer? Se "mexer na oferta" ficou na ponta da língua, você precisa ler essa matéria até o final para entender o que está travando seus resultados.

Acontece que, na maioria dos casos, **o que falta é apenas uma estrutura que conecte uma venda à próxima de forma natural.** Essa estrutura é a esteira de produtos: uma sequência de ofertas que acompanha o cliente durante a jornada e resolve problemas em níveis diferentes.

> **Quando o mesmo cliente compra mais de uma vez, o custo de aquisição se dilui entre as vendas, e isso é o que dá fôlego para competir enquanto a mídia fica mais cara.**

Depois é hora de decidir onde o low ticket entra na sua esteira. Um produto mais barato pode funcionar como porta de entrada, com a missão de transformar um desconhecido em comprador frequente, já que a sensibilidade ao preço da próxima oferta será menor para quem gastou só R$ 47, por exemplo.

Cuidado com a armadilha: muitos produtores imaginam a esteira como uma escada que o cliente sobe degrau a degrau, mas a realidade quase nunca segue esse roteiro. Cada pessoa chega num estágio de consciência, e muita gente entra direto pelo produto principal sem passar pela porta de entrada.

Por isso, a estrutura precisa funcionar independentemente de onde o cliente começou. Mas há um detalhe muito importante que define se a sua esteira gira ou empaca: seus produtos precisam **entregar uma vitória e, ao mesmo tempo, despertar uma nova vontade.**

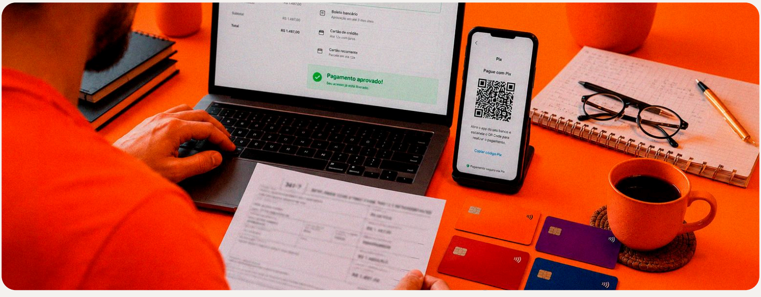
É justamente essa nova vontade que faz seu cliente querer o próximo passo. Quando ela não aparece, ele fica satisfeito no primeiro produto e não tem motivo para continuar comprando de você.

O **Recomenda** transforma essa vontade em venda. Enquanto seu aluno consome o conteúdo, ele apresenta o próximo produto da sua esteira no momento exato em que o interesse está mais alto, sem campanha e sem custo adicional.

Mais de 500 mil vendas já foram geradas assim para quem vende na Hotmart. Se você faz mais de R$ 10 mil por mês com produtos digitais e também **quer vender no automático,** é só clicar no botão!

Ative o recomenda

Em busca do próximo dígito



Você está facilitando o pagamento para as pessoas erradas

Quando você ativa o parcelamento, o instinto é deixar disponível para todo mundo. Só que seu comprador fiel e seu cliente VIP já pagam à vista sem pensar duas vezes, então, oferecer parcelamento para eles é **desperdiçar uma alavanca de crescimento onde ela não faz diferença.**

O parcelamento só destrava receita mesmo na base da pirâmide: pessoas que estão abaixo do seu ticket médio ou que nunca compraram um produto mais caro, porque é essa audiência que uma forma de pagamento acessível consegue mover para cima.

E tem muita gente parada aí. Quem passou pelo seu funil nos últimos meses e não comprou, na maioria dos casos, não desistiu do produto. Esbarrou no pagamento: não tinha cartão, estourou o limite ou teve a compra recusada.

> **Segundo a Serasa Experian, 24,9% dos brasileiros sequer têm cartão de crédito. Quase um quarto da população está fora do principal meio de pagamento do país, e uma fatia desse público não comprou seu produto por um motivo que não tem nada a ver com desejo.**

O caminho é simples: identifique quem abandonou o checkout, quem teve pagamento recusado e quem está há mais de 30 dias sem comprar. Depois, rode uma campanha direcionada só para essas pessoas, oferecendo o parcelamento como condição especial, fora do seu ciclo de lançamento. Não é desconto, é uma promoção de forma de pagamento.

E o medo de inadimplência? Se o seu produto é uma aula gravada, por exemplo, o custo de entrega é quase zero. Basta o pagamento das primeiras parcelas para cobrir o valor que você gastou para adquirir o cliente. A partir dali, qualquer parcela adicional é lucro limpo, e o risco real desaparece.

Quem aplicou essa estratégia recuperou 20% do faturamento de um mês sem gastar um real a mais com tráfego.

Foi esse o tema que o estrategista Cleiton Maranhão, do Laboratório Estratégico, abriu no **Hotmart Bastidores**, encontro exclusivo das nossas comunidades de 6 e 7 dígitos. Lá ele mostrou o caso da Ana Marta, da Top Corpus, que ativou o parcelamento para a base morna e faturou 35% a mais em 60 dias.

A inadimplência? Mínima: mais de 80% dos compradores quitaram as primeiras parcelas, cobrindo o custo de aquisição antes mesmo de o ciclo terminar.

Essa estratégia recupera as recusas que você consegue ver. O problema é que elas são a minoria.

Agora mesmo, **enquanto você lê isso, compras estão sendo recusadas no seu checkout sem deixar rastro.** Mas e se você tivesse acesso a essas informações automaticamente, ainda com tempo de agir?

Para você escalar

agora
Venda recusada
R$1200,00
agora
Venda recusada
R$1200,00
agora
Venda recusada
R$1200,00

1 em cada 5 pagamentos falha no seu checkout (e você nem fica sabendo)

Você abre a plataforma de manhã, tem uma reunião em uma hora e não consegue responder a pergunta mais básica: **como estão as vendas essa semana?**

As informações existem, mas estão espalhadas em telas diferentes, e montar esse panorama sozinho consome um tempo que você não tem. Enquanto isso, vendas estão sendo perdidas sem gerar nenhum alerta.

> **Estudos mostram que cerca de 18% das tentativas de pagamento online falham no momento da autorização, e até 70% dessas transações barradas eram compras legítimas.**

É dinheiro que seu cliente queria gastar, mas nunca entrou na sua conta.

Segundo o MIT, **empresas que trabalham com dados em tempo real registram 62% mais crescimento de receita** do que aquelas que analisam informações com atraso. A diferença entre agir na hora e deixar para depois é o que faz você recuperar uma oportunidade ou descobrir tarde demais o que impediu aquela venda de acontecer.

Na Hotmart, além de um checkout construído para aprovar o máximo de compras no menor tempo possível, você conta com a **nova análise de dados** para enxergar o que normalmente passaria despercebido.

Todas as tentativas de compra ficam centralizadas em um único lugar, mostrando exatamente o que está impedindo cada aprovação. Você acompanha pagamentos em análise, identifica recusas e entende quais pontos da jornada merecem atenção enquanto ainda há tempo para agir.

Nem toda venda perdida faz barulho. Acompanhar os sinais certos no momento certo faz você gastar menos energia apagando incêndios e coloca seu próximo dígito de faturamento cada vez mais perto.

Lembra o lead que travou na hora de pagar? É provável que ele tenha esbarrado num checkout que recusou a compra.

O checkout da Hotmart aprova 96% dos cartões e carrega em menos de 1 segundo. Se você **faz mais de R$ 10 mil por mês com produtos digitais,** fale com um especialista e comece a destravar essas vendas hoje mesmo.

Fale com um especialista

Para aplicar na hora

O algoritmo não tem culpa pelo seu alcance baixo

Quando um conteúdo não engaja, é fácil achar que a Meta acordou com raiva de você, mas o motivo costuma ser mais incômodo de admitir: **seu conteúdo não cresce porque ele é inteligente demais.**

Você domina o assunto há tanto tempo que esquece como é não saber nada sobre ele, e acaba falando como especialista para quem ainda está no começo. A mensagem não atrai, e seu alcance despenca.

> **Seu público é especialista em outras coisas, mas no que você ensina ele é leigo. A saída é comunicar como se você explicasse para a sua avó, porque quando a pessoa mais iniciante no assunto entende, a mais experiente entende também.**

Isso quer dizer falar pouco, ir direto ao ponto e deixar a ideia tão clara que ela seja compreendida quase sem esforço.

A maneira mais eficiente de fazer isso é o **formato contraste**, onde você mostra dois cenários lado a lado, o que funciona e o que não funciona, para ensinar pela comparação em vez da explicação.

Em um post sobre gravar vídeos com uma boa iluminação, por exemplo, de um lado a imagem de alguém gravando de costas para a janela (errado) e, do outro, alguém de frente para a luz natural (certo).

Faça isso para começar:

- Grave 30 conteúdos seguidos no formato contraste, um por dia
- Mostre sempre situações concretas do que fazer e o que evitar
- Use o mesmo tema no começo de cada post
- Deixe o algoritmo encontrar seu público

Cada vez que você troca de assunto, o algoritmo recomeça a busca do zero. Quando mantém o padrão, ele encontra quem importa e passa a entregar mais.

É o mesmo fio que costura tudo o que você leu hoje: crescer não depende de buscar um público novo, depende de se comunicar melhor com quem já está ao seu alcance.

O que você achou do conteúdo desta edição?

☆ ☆ ☆ ☆ ☆