hotmart

O Próximo Dígito

Leitura obrigatória para quem quer faturar mais no digital.



EDIÇÃO #16

EDIÇÃO #16

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

A PARTIR DE AGORA, NOSSA NEWSLETTER É SEMANAL! TODA TERÇA, ÀS 6H, NO SEU EMAIL ⏰

A Black pode ser uma das maiores oportunidades de venda do ano, mas também coloca à prova tudo o que você construiu até aqui.

Nesta edição, **você vai descobrir o que os dados da última Black revelam sobre o comportamento de compra,** como chegar com uma audiência mais preparada e quais caminhos podem ajudar seu negócio digital a vender sem depender de uma única fonte de aquisição.

Por dentro do mercado

A Black começa muito antes de novembro

Tem uma época do ano em que o trabalho que você fez nos meses anteriores começa a aparecer com mais força no resultado. Para quem vende no digital, essa época é a Black.

> **Em 2025, a Hotmart fez a sua maior Black da história. Quem participou da campanha faturou, em média, 51,8% a mais do que no restante do ano, enquanto o volume de vendas cresceu 42,1% no mesmo período.**

No total, foram mais de 78 mil infoprodutores e 210 mil produtos vendidos em 224 países.

Mas tem um detalhe nessa história que vale olhar com atenção: boa parte desse crescimento veio de quem já tinha construído uma relação com seus compradores ao longo dos últimos anos. Isso porque **a base de clientes recorrentes passou de 1,8 milhão em 2023 para 2,8 milhões em 2025.**

O principal aprendizado é que a Black começa muito antes de novembro, mas ele está longe de ser o único.

A última Black trouxe outros sinais importantes sobre comportamento de compra, aquisição e estratégias para aproveitar melhor esse período e faturar o máximo possível com mudanças simples na sua estrutura.

$ Em busca do próximo dígito

Seu público não decide nada em novembro

Chega novembro e a disputa pela atenção aumenta. A oferta ganha urgência, os descontos aparecem por todos os lados e o consumidor começa a comparar um monte de opções.

É aí que uma pergunta pode fazer toda a diferença: quando a sua oferta chegar, seu público já vai estar pronto para comprar?

Quem passa o ano inteiro criando audiência, apresentando seu produto e aumentando a percepção de valor chega a esse momento com uma vantagem importante. A Black encontra uma demanda que foi construída ao longo dos meses.

Quem arrisca fazer isso em poucas semanas está praticamente pedindo que o público conheça, confie, entenda o valor e compre, tudo ao mesmo tempo.

Foi essa lógica que Leandro Ladeira compartilhou no último **Academy Sessions**, encontro exclusivo que marcou a abertura oficial da campanha de Black para nossa comunidade de 6, 7 e 8 dígitos.

Só quem estava lá teve acesso a uma estratégia para transformar os meses que antecedem a Black em preparação para a venda, trabalhando audiência, percepção de valor e intenção de compra antes da oferta entrar em cena.

Para aplicar na hora

Quando o clique fica mais caro, seu negócio digital aguenta?

Em 2026, o preço do clique variou 143%. Para os maiores clientes da Hotmart, esse custo pesa bastante no orçamento, já que cerca de 23% a 24% do faturamento bruto é destinado ao tráfego.

Isso coloca uma questão importante para quem está se preparando para os próximos meses: **quanto do seu negócio digital depende do preço do clique?**

Agora, você pode estar pensando que buscar pelo alcance orgânico seria o melhor caminho, só que a concorrência por atenção também aumentou neste cenário. Hoje, são cerca de 95 milhões de posts por dia no Instagram, contra 1 milhão em 2011.

No YouTube, a quantidade de conteúdo publicado diariamente passou de 8 para 82 anos de vídeo. **Isso significa que o conteúdo publicado em um único dia levaria 82 anos para ser consumido, se assistido em sequência.**

Por isso, vale analisar como seu negócio digital chega até uma venda hoje.

- **Base própria:** ative quem já conhece seu trabalho, seja por email, WhatsApp ou outros canais que permitam falar diretamente com sua audiência.
- **Conteúdo:** produza conteúdo com consistência para construir uma audiência que você consiga acessar sem precisar comprar cada contato.
- **Afiliados:** leve sua oferta para públicos que você ainda não alcança sozinho, usando parceiros que podem vender por tráfego pago, conteúdo, comunidade, indicação ou tráfego orgânico.
- **Comunidade:** crie um espaço para manter clientes e potenciais clientes próximos, com conteúdo, eventos e ofertas exclusivas, fortalecendo um canal próprio de relacionamento.

Para a sua campanha de Black, faça este check:

☐ Tenho mais de um canal de aquisição?
☐ Minha base atual está sendo trabalhada?
☐ Existe algum público que meus parceiros poderiam alcançar melhor do que eu?
☐ Se o custo do tráfego subir novamente, tenho alternativas?

Se você não passou os últimos 12 meses preparando sua Black, nem tudo está perdido.

Ainda dá tempo de fortalecer o que já existe e contar com uma estrutura que ajude a transformar as próximas semanas em mais vendas e menos tarefas manuais, além de oferecer uma experiência muito melhor para quem já decidiu comprar seu produto.

O que você achou do conteúdo desta edição?

