hotmart

O Próximo Dígito

Leitura obrigatória para quem quer faturar mais no digital.



EDIÇÃO #20

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

TODA TERÇA, ÀS 6H, NO SEU EMAIL

Em novembro, é fácil montar a estratégia com peças de quem parece estar dando certo: a oferta de um, o funil de outro, a técnica que apareceu no feed.

Só que peça emprestada nem sempre encaixa no seu negócio digital. Nesta edição, você vai ver por que vale começar pelo que é seu, seja na oferta da Black, no método que você ensina ou em quem fala a sua língua mesmo morando em outro país.

Por dentro do mercado

Seu próximo cliente pode morar em Lisboa e falar português

Em cidades com comunidades brasileiras expressivas, é comum encontrar aquele mercadinho que vende pão de queijo, farofa pronta e guaraná. O dono do mercadinho conhece os hábitos de quem mora ali e oferece justamente o que faz falta longe de casa.

> **Pela estimativa do Ministério das Relações Exteriores, quase 5 milhões de brasileiros moravam fora do país em 2023. É uma audiência que já fala a sua língua, mas a mudança de país também muda as necessidades, as dúvidas e os desafios do dia a dia.**

Pense em um curso de finanças pessoais. No Brasil, ele pode ajudar alguém a sair das dívidas e organizar o orçamento. Para quem mora em Lisboa, pode surgir a necessidade de entender como declarar rendimentos em dois países. Já para um brasileiro em Boston, a questão pode ser enviar dinheiro para a família sem perder tanto com o câmbio.

É por isso que vale começar por quem já conhece seu produto. Observe de quais países vêm suas vendas, converse com os alunos que vivem no exterior e descubra quais desafios eles precisaram resolver desde que se mudaram. **Essas conversas podem revelar necessidades recorrentes em um destino específico e dar origem a uma aula complementar, a um novo módulo ou até a um produto pensado para aquele público.**

Afinal, assim como acontece no mercadinho, conhecer a comunidade é o que ajuda a perceber o que faz falta.

Em busca do próximo dígito

Você está copiando a Black de alguém sem ver o bastidor

Todo ano, quando novembro se aproxima, começam a circular entre os produtores as histórias das Blacks que faturaram alto. Tem a oferta vitalícia que esgotou, o combo que virou case e aquela condição comercial que parece ter dado muito certo.

No meio de tantos exemplos, dá vontade de escolher o mais atraente e repetir a fórmula com a própria base.

> **Só que copiar a Black de outro produtor é como fazer compras com a lista de outra família. Você pode até encontrar boas ideias ali, mas elas foram pensadas para outros hábitos e necessidades.**

Uma oferta que atraiu clientes novos para um produtor pode gerar insatisfação entre os seus alunos, especialmente se eles acabaram de pagar o preço cheio pelo mesmo produto. E um produto novo costuma se perder em novembro, porque pouca gente tem tempo de entender uma novidade no meio de tantas ofertas.

Por isso, antes de escolher a sua oferta, vale tomar 3 decisões:

1. **O papel da Black no seu ano:** você quer aumentar o lucro, antecipar caixa ou conquistar clientes novos para oferecer outros produtos depois? Cada objetivo pede uma estratégia diferente.

2. **Para quem vender:** se você tem muitos leads e poucos alunos, pode existir uma oportunidade entre quem ainda não comprou. Se já construiu uma base grande de alunos, vale olhar para quem conhece seu trabalho e pode ter interesse em outra oferta.

3. **A oferta de cada grupo:** quem ainda não comprou pode precisar de uma condição especial para decidir. Já quem é cliente pode se interessar por uma versão atualizada, um serviço complementar ou um combo que amplie o que já tem, com potencial para justificar um preço maior.

Quando você entende o que cada grupo procura, a lista passa a ser escrita para a sua casa. Foi esse raciocínio que o estrategista Rodrigo Vinhas, fundador da Craft, compartilhou no **Hotmart Bastidores**, encontro exclusivo da nossa comunidade de 6 e 7 dígitos.

Quem estava lá viu a conta que ele faz para decidir se vale antecipar o caixa de clientes que renovam e saiu com um repertório de ofertas para cada tipo de base.

Para aplicar na hora

Seu método tem costura ou só remendo?

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.

☐ **Pilares definidos:** você consegue apontar as duas ou três ideias que sustentam tudo o que ensina, e elas aparecem em todas as etapas.

☐ **Ordem que respeita o aluno:** cada etapa prepara a seguinte, e ninguém recebe explicação antes de estar pronto para ela.

☐ **Etapas que viram ação:** cada etapa termina em passos que o aluno executa e consegue conferir se fez.

☐ **Teste sem você:** alguém já aplicou o método sozinho, sem tirar dúvidas, e você anotou onde a pessoa travou.

Se algum dos itens acima ficou sem marcação, vale começar pelas dúvidas que mais se repetem entre os seus alunos. Elas mostram onde eles travam e qual passo ainda falta no seu método.

O que você achou do conteúdo desta edição?