

## Metade de março já ficou para trás. Agora, os dados começam a falar mais alto do que o planejamento.

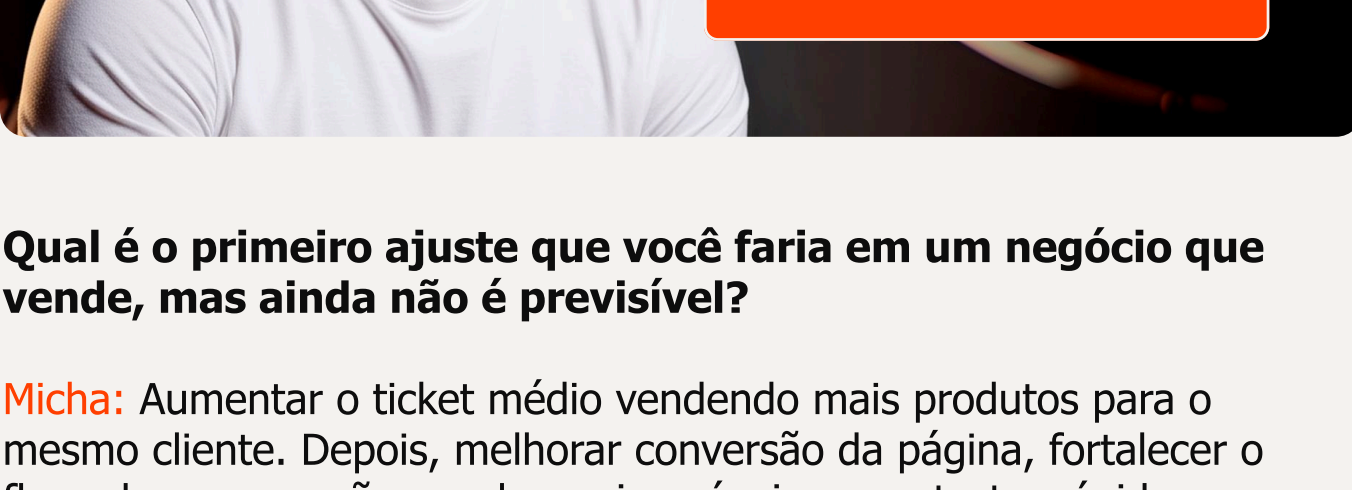
Crescimento não vem do plano mais bonito, mas da capacidade de transformar estratégia em execução, tráfego em faturamento e venda em retenção. Em um cenário onde adquirir clientes fica mais caro e a disputa por atenção aumenta, margem deixa de ser detalhe e passa a ser prioridade.

A diferença está em como você lê o mercado.

E é para isso que existe **O Próximo Dígito**: trazer os números e as tendências que movem o digital para você escalar com consistência.

### Boa leitura!

#### Bate-papo com Micha Menezes



**Previsibilidade vem de otimização constante, não só de mais tráfego.**

Expert em perpétuo com mais de R\$ 20 milhões de faturamento nos últimos 3 anos

### Qual é o primeiro ajuste que você faria em um negócio que vende, mas ainda não é previsível?

**Micha:** Aumentar o ticket médio vendendo mais produtos para o mesmo cliente. Depois, melhorar conversão da página, fortalecer o fluxo de recuperação e rodar mais anúncios para testar rápido.

Previsibilidade vem de otimização constante, não só de mais tráfego.

### O que você mais vê empreendedores superestimando quando tentam escalar um negócio digital? E subestimando?

**Micha:** Superestimam tráfego e colocam toda a responsabilidade nele. Só que conversão, upsell e recuperação também escalam o faturamento. O que mais subestimam é o conteúdo. Aparecer com consistência já reduz custo e melhora vendas, mesmo sem superprodução.

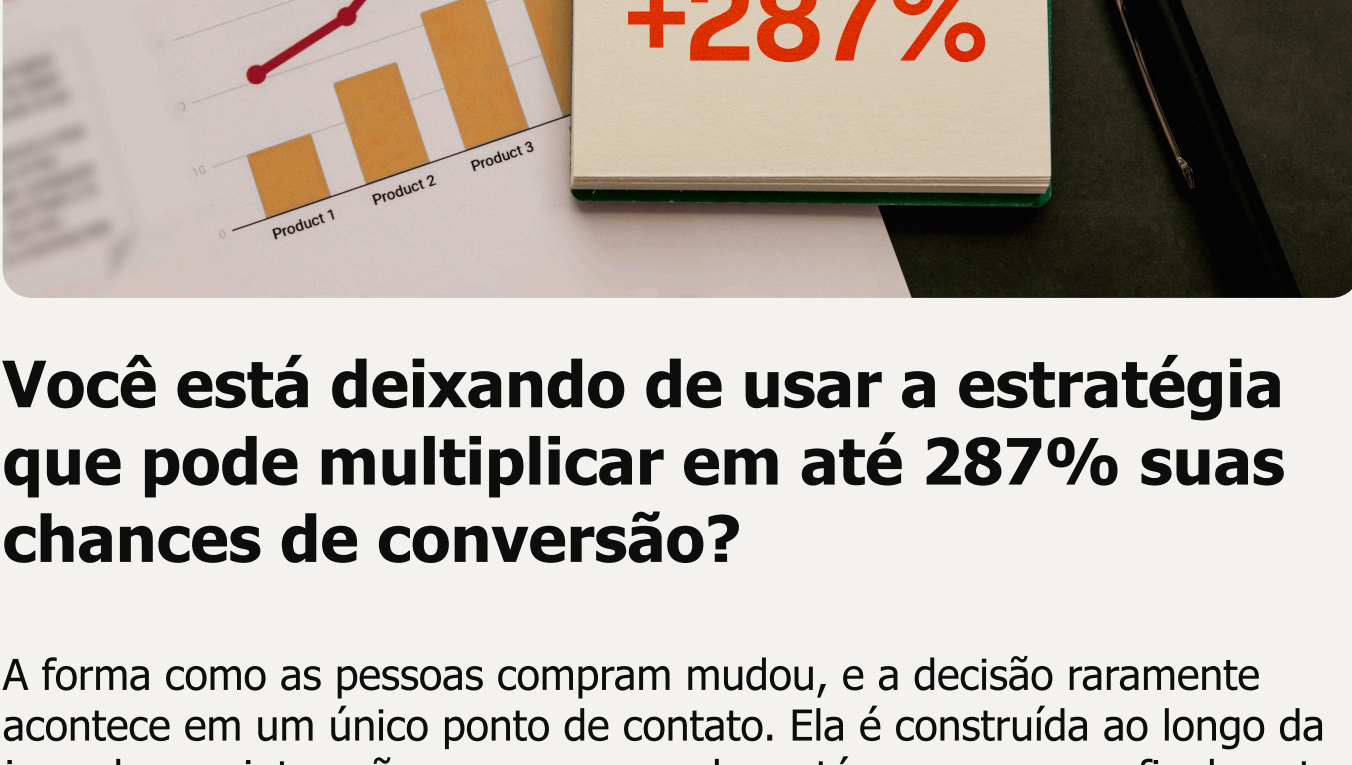
### Para quem já tem um produto validado, qual é a decisão mais importante para ganhar previsibilidade nos próximos 12 meses?

**Micha:** Construir audiência. Quem tem base e relacionamento ganha previsibilidade. Com IA ficando cada vez mais eficiente, o diferencial é ser humano e criar vínculos. Audiência bem trabalhada vira ativo de longo prazo.

### Se você tivesse que simplificar um negócio digital para ele crescer mais rápido, o que você faria?

**Micha:** Uma boa oferta com bom ticket. Quando a oferta é forte, o produto vende mesmo com tráfego imperfeito ou pouco orçamento. Crescer mais rápido, no fim, é simplificar o que realmente move receita.

#### Para você escalar



## Você está deixando de usar a estratégia que pode multiplicar em até 287% suas chances de conversão?

A forma como as pessoas compram mudou, e a decisão raramente acontece em um único ponto de contato. Ela é construída ao longo da jornada, em interações que se acumulam até que a compra finalmente seja concluída.

**Uma pesquisa conduzida por Google e Ipsos mostra que consumidores que passam por múltiplos canais são até 287% mais propensos a comprar. Esse dado reforça que a conversão ganha força quando digital e físico atuam juntos.**

O nosso cérebro também sente esse efeito. Um estudo de neuromarketing da Canada Post identificou que materiais físicos geram 70% mais lembrança de marca do que mídias digitais equivalentes, ampliando reconhecimento e familiaridade.

Para quem já vende no digital, uma frente estratégica se abre dentro da própria esteira. Produtos físicos podem aprofundar a experiência e prolongar seu relacionamento com o cliente, já que é possível criar uma versão impressa do seu ebook, uma apostila com exercícios práticos para seu aluno aplicar os conceitos aprendidos no seu curso ou até peças de vestuário ligadas à sua marca.

### Agora, você está pensando que a logística por trás dessa operação é tão grande que é melhor continuar ignorando essa estratégia, certo?

De fato, essa era a principal barreira. Produção, estoque e envio costumavam exigir estrutura própria e aumentar o risco financeiro.

Hoje, esse cenário é diferente. Na Hotmart, é possível integrar produtos físicos à estratégia digital, inclusive por meio de produção sob demanda, em que o item é fabricado apenas após a confirmação da venda. Assim, **você não precisa assumir estoque ou logística** e pode testar novos formatos com mais previsibilidade.

Em um mercado cada vez mais integrado, crescer não precisa depender só de tráfego. Ocupar espaço físico na rotina do cliente reforça presença — e presença consistente é o que gera recompra.

Para muitos produtores que já passaram dos R\$ 10 mil por mês no digital, esse costuma ser justamente o próximo passo: transformar a experiência em algo que também exista fora da tela, ampliando a presença do cliente e abrindo novas fontes de receita.

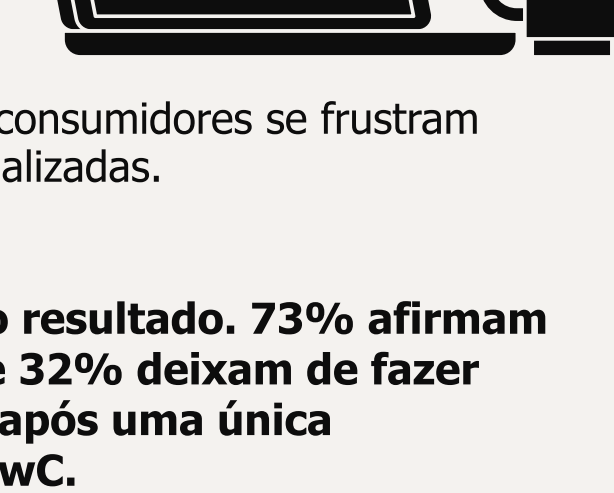
Se esse é o seu momento de escala, [clique aqui para conversar com um especialista](#) e entender como incluir produtos físicos na sua estratégia sem precisar assumir estoque ou logística.

#### Para aplicar na hora

## Seu negócio digital pode estar subestimando o impacto da personalização — que já representa 40% da receita nas empresas que mais crescem

Personalização deixou de ser um extra na experiência e hoje é uma variável direta de crescimento.

Dados da McKinsey mostram que, nas empresas que mais crescem, até 40% da receita está associada a estratégias de personalização.



E a ausência dela tem custo: 76% dos consumidores se frustram quando não recebem interações personalizadas.

**A experiência também pesa no resultado. 73% afirmam que ela é decisiva na compra e 32% deixam de fazer negócio com uma marca após uma única experiência ruim, segundo a PwC.**

Ao adicionar um **Agente de Inteligência Artificial** à sua esteira, por exemplo, você cria um novo ponto de contato com o cliente — e todo ponto de contato impacta percepção de valor, retenção e recompra. Mas, para que ele seja uma alavanca de crescimento, o treinamento precisa ser estratégico.

### Confira 3 pontos que fazem diferença:

#### 1. Defina a identidade com clareza de função

Antes de pensar em nome ou personalidade, defina o papel estratégico do agente na sua operação.

Ele acelera a aplicação da sua metodologia? Organiza decisões? Remove objeções? Ajuda o aluno a avançar para a próxima etapa da jornada? Função clara é o que transforma IA em personalização aplicada.

**Exemplo:** "Você é o Leo, Mentor de Lançamentos. Sua função é ajudar produtores a estruturar ofertas claras e validadas, identificando público, promessa e diferenciação. Sempre conduza para uma decisão prática."

#### 2. Escolha o público com precisão

Personalização depende de contexto. Com quem ele conversa? Em qual etapa da jornada? Qual é o nível de maturidade desse cliente?

Quanto mais específico o público, maior a relevância da resposta.

**Exemplo:** "Você atende produtores iniciantes que ainda não validaram seu primeiro produto digital e têm dúvidas sobre posicionamento e precificação."

#### 3. Estabeleça tom de voz e limites claros

IA amplia sua voz, mas também amplia seus riscos.

Defina como ele deve se comunicar, qual nível de profundidade deve usar e quais promessas não podem ser feitas. Consistência protege a sua autoridade e reduz a frustração dos seus clientes.

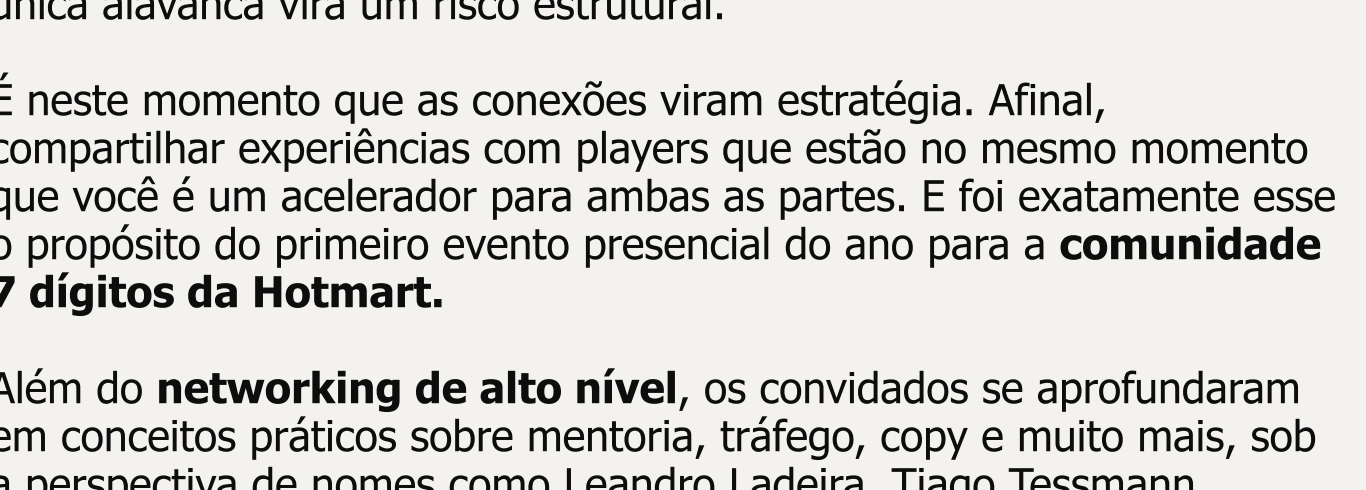
**Exemplo:** "Comunique-se com clareza e objetividade, evite jargões técnicos e sempre finalize indicando a próxima ação prática. Não faça promessas de faturamento ou resultados financeiros."

Quando essas três camadas estão bem definidas, o Agente de IA deixa de ser um assistente automático e passa a atuar como extensão estratégica da sua marca — **ampliando experiência, fortalecendo retenção e criando uma nova camada de monetização dentro da sua esteira.**

Foi pensando nesse potencial de crescimento que a Hotmart liberou esse novo formato de produto, sendo hoje a única plataforma que permite criar, gerenciar e monetizar um Agente de IA de forma nativa, dentro do mesmo ecossistema onde seus produtos já estão.

[Confira o agente de IA da Hotmart em ação!](#)

#### Em busca do próximo dígito



## O que está na pauta de quem já fatura 7 dígitos?

Quando o seu negócio digital muda de patamar, o seu repertório precisa acompanhar.

Depois do primeiro milhão, o debate deixa de girar em torno de validação de oferta ou aumento de tráfego e passa a incluir **margem, estrutura de time, retenção, diversificação e previsibilidade**. Eficiência passa a pesar tanto quanto volume, e depender de uma única alavanca vira um risco estrutural.

É neste momento que as conexões viram estratégia. Afinal, compartilhar experiências com players que estão no mesmo momento que você é um acelerador para ambas as partes. E foi exatamente esse o propósito do primeiro evento presencial do ano para a **comunidade 7 dígitos da Hotmart**.

Além do **networking de alto nível**, os convidados se aprofundaram em conceitos práticos sobre mentoria, tráfego, copy e muito mais, sob a perspectiva de nomes como Leonardo Ladeira, Tiago Tessmann, Luciana Papini e Marcelo Braggion.

**Moral da história:** em determinado ponto da jornada, estar no ambiente certo transforma bagagem em vantagem competitiva.