



**o novo
mercado**

PIT STOP



MICRO ASSINATURA

Transcrição

Micro Assinatura

ÍCARO DE CARVALHO

16 de fevereiro de 2021

TRANSCRIÇÃO

Fala, meu amigo! Seja muito bem-vindo ao O Novo Mercado Pit Stop, à aula sobre microassinatura. Aqui é o local onde nós apresentamos as nossas principais técnicas e estratégias em 15 minutos ou menos. Vamos lá? Vou falar sobre microassinatura. Vocês conseguem pegar a referência às aulas completas aqui abaixo desse vídeo, uma das aulas mais conhecidas é a 152.

A primeira coisa que eu quero falar para vocês é o seguinte: existe uma diferença entre assinatura e lançamento. Quer dizer que você não pode trabalhar com os dois? Pode. Você pode fazer assinatura e manter o seu carrinho aberto o ano inteiro, e também fazer processos de lançamento para criar aqueles spikes de vendas, para criar aqueles movimentos de vendas maiores? Pode. Então a primeira coisa que eu quero erradicar aqui é o pensamento de que "Ah, ou eu crio uma assinatura, ou eu crio um lançamento". Segundo ponto: são coisas diferentes. Eu gostaria que, se você não é uma pessoa que tem muita experiência no mercado, se você não é uma pessoa que já fez, que já está há 3, 4, 5, 6 anos trabalhando com marketing digital ou trabalhando na internet, ou tem o seu negócio online; que você optasse por um dos modelos, até que você entenda exatamente qual é o modelo que se adequa melhor a você.

O lançamento, modéstia à parte, eu acredito que seja mais fácil, porque você tem um grande aliado nesse processo que se chama escassez. Quando você vira para alguém e fala "Eu tenho algo para ser vendido e esse algo que será vendido só será vendido até daqui a uma semana", naturalmente você obriga as pessoas a tomarem uma decisão que quando elas estão soltas elas não tomam, que é passar o cartão. Quantas vezes você quis comprar um sapato ou uma bolsa e pensou: "Na próxima semana eu compro, na próxima semana eu compro"? E aí quando você estava pronto para comprar, você esqueceu que tinha que pagar o IPVA, rematrícula, material escolar

do seu filho, ou comprar, sei lá, um medicamento que acabou, determinado alimento que é um pouco mais caro para a sua dieta; e você falou: "Nossa, não dá para comprar agora esse sapato". E aí você piscou o olho e já fez dois meses que você dizia para si mesmo que iria comprar o sapato e não comprou. Então quando você faz um lançamento, você tira do cliente a escolha, a possibilidade, a faculdade de jogar para frente uma compra.

Em contrapartida, caso contrário a gente só falaria de lançamento, em contrapartida, assinaturas são mais perenes, assinaturas são mais tranquilas. Não existe aquele rush: abre carrinho, fecha carrinho. "Acabei de fechar o carrinho, quando eu abro o próximo?"; "E se as pessoas reclamarem?"; "Pô, fechou, mas no outro mês comprou de novo"; "Quantos lançamentos eu faço por ano?"; "E se alguém quiser comprar um produto meu agora e eu estou com o carrinho fechado?"; "Ah, então espera daqui a dois meses que eu te vendo.", "Não, cara, eu quero comprar agora.". Assinaturas estão sempre funcionando, estão sempre abertas, podem ser adquiridas sempre.

A assinatura te dá previsibilidade. Dois ou três lançamentos bem-sucedidos que te gerem 50, 60, 70, 80 mil reais, ou que sejam números menores até, 15 mil; nada garante que você vai fazer o primeiro lançamento com 15 mil, o segundo com 30 mil e o terceiro com 45. Existem vários e vários momentos onde você faz um primeiro lançamento de 15 e o segundo é de 7. E você fala: "Nossa, meu Deus, mas por que é que caiu?". Porque você colheu aquela demanda reprimida. Assinaturas permitem que você tenha mais previsibilidade no seu caixa, que você tenha certa recorrência. Afinal de contas, quão provável é que os seus 150 clientes cancelem todos ao mesmo tempo naquele mês? Então, pessoas que optam por recorrência são pessoas que querem navegar por águas mais tranquilas. Qual é o agente dificultador? Você não tem a escassez, você não tem aquele primeiro pico de receita. As pessoas podem assinar quando elas quiserem e, acredite, primeiro elas vão resolver todos os problemas dela e depois elas vão assinar a tua assinatura. Afinal de contas, ela está sempre disponível.

Agora o que é uma microassinatura? Uma microassinatura é um pensamento totalmente diferente de uma assinatura. Uma assinatura é um produto bom, de qualidade, com um ótimo processo de boas-vindas, de onboarding, com um bom atendimento, a um preço justo. O Novo Mercado é uma assinatura: você paga 7990 por mês, você entra aqui, assiste um monte de aulas, tem aulas sobre copy, tráfego, vendas, design, assiste desafios e paga 7990 (lá entre nós, um preço justo). Essa é uma assinatura. Isso não é uma

microassinatura.

O que é uma microassinatura? Eu quero que você foque em dois elementos, e eu vou explicar por que uma microassinatura é diferente. O primeiro conceito que eu quero que você foque é: uma microassinatura é um primeiro passo. Uma microassinatura é uma fonte de receita, que reforça o conceito de bootstrapping. O que é bootstrapping? A turma das startups usa esse conceito. Sabe o que é uma calçadeira, onde você coloca a sua ajuda ou aquela ferramenta plástica para calçar uma bota? Aquilo é um bootstrapping, não é? Então é uma ajuda, é uma mão, você pode começar uma assinatura...

"Ah, Ícaro, mas para você é fácil, você tem nome, você tem estrutura, você tem equipe, você tem 550 mil seguidores. É fácil para você fazer uma assinatura, é lógico que você terá alunos. E para mim?" É por isso que você fará uma microassinatura. Ainda que você saiba que aquele preço não é o preço que você gostaria de cobrar, você vai cobrar, porque é melhor ter uma primeira fonte de receita – ainda que pequena – do que não ter nada. Uma primeira fonte de receita te trará uma das coisas mais valiosas no mercado e que o iniciante não tem: clientes pagantes reais. São as únicas pessoas que vão criticar de verdade o seu produto. Só quem paga critica. Se você der o seu produto de graça e perguntar para o seu amigo "Você gostou do que eu fiz?", é lógico que ele vai dizer que gostou, é lógico que ele vai dizer que é bom, ele não vai mentir para você. Você fala:

- Ótimo, então compra.
- Ah, não quero comprar.
- Por quê?

Quando você começa com uma microassinatura, você tem clientes pagantes. Esses clientes pagantes vão te dar feedbacks reais, vão passar o cartão e te dar certa fonte de receita (ainda que seja pequena), e eles vão te dar testimonial, eles vão te fazer colocar a máquina para girar.

E o segundo conceito é oferta crescente. Eu quero que você foque na oferta crescente. Quando você tem uma assinatura e você coloca a toda semana ou todo mês produtos novos, aulas novas, conceitos novos, cada vez mais aquela oferta vai ficando mais atraente. O Novo Mercado, quando tinha 50

aulas, custava 79,90; agora que tem 250, ele continua custando esse preço. A oferta vai se tornando crescente.

O que é que é o ponto que é importante também focar na questão da microassinatura? São diversos ciclos de investimento. Vocês querem começar pegando um monte de dinheiro e criando algo muito caro. Eu já cansei de ver gente que começa na internet e fala assim: "Ícaro, eu vou gravar meu primeiro curso online, eu vou gravar meu primeiro produto, eu vou abrir o meu e-commerce, reservei aqui 50 mil reais para isso. E eu vou pagar estúdio, vou pagar editores, vou pagar produção profissional, porque eu quero começar". E o que acontece? Você entra no ciclo de ansiedade. Você trabalha demais antes de abrir o carrinho, você vai ficando cada vez mais ansioso... Vejam as aulas de MVP que nós temos aqui no O Novo Mercado, eu vou deixar aqui as referências abaixo. E você vai ficando cada vez mais estressado, e cada vez mais ansioso, e seu cérebro te diz o seguinte: "Se você está passando por tudo isso, o resultado financeiro tem que ser muito bom". E não necessariamente vai ser. Muitas pessoas saem do mercado sem nem abrir o carrinho. O cara prefere não abrir o carrinho e nunca lançar, do que viver aquela ansiedade que ele está carregando há meses.

Então, uma microassinatura permite diversos ciclos de investimento. Primeiro você consegue seus 300, 400 reais de receita, aí depois você consegue seus 1000, 1200 reais de receita mensal. E o que você faz? Você compra um celular melhor, você compra um computador melhor, você parcela isso em 12 vezes, você consegue um freelancer para fazer o design do seu site, para fazer o design dos seus posts. Você deixa de fazer tudo você mesmo, você consegue pagar alguém remoto para ser o seu suporte.

E aí você consegue 2 mil, 2 mil e 500 reais agora por mês. Você vai para o segundo ciclo de investimento, que é um salto na qualidade do produto. Agora sim, com clientes, com testimonial, com pagante, com feedback real, agora sim você investe em filmagem, investe em layout, investe nisso daqui. Não precisa ser nesse formato, mas investe nisso daqui, em uma melhora. E vocês viram O Novo Mercado passando cinco anos antes de ter esse salto de melhora, mas ele estava lá, funcionando, gerando aula, mantendo a oferta crescente, faça chuva, faça sol toda quarta-feira chegava uma aula nova. E cada vez mais 60, 70, 80, 100, 120, 150 aulas, cada vez mais os 79,90 vão ficando mais baratinhos.

E aí, por fim, o último ciclo de investimento é um salto na qualidade

administrativa. Agora você contrata equipe, agora você contrata suporte, agora você contrata financeiro, agora você vai para um bom contador, agora você cria uma estrutura de empresa. Bota o designer dentro do seu negócio, para trabalhar para você (e não como um freelancer que trabalha duas horinhas por dia para você). Enfim, você aplica um salto de qualidade administrativa no seu negócio.

A microassinatura serve também para um ponto muito polêmico que é uma frase que eu gosto muito e que traz a essência, o jeito O Novo Mercado de se comunicar. Uma microassinatura pune os seus concorrentes. Se você não tem testimonial, se você não tem grandes históricos de sucesso, se você não tem um monte de clientes ainda falando muito bem de você, se você não tem um grande nome no mercado, a melhor forma é prestar um serviço muito mais barato que os concorrentes. "Ah, Ícaro, mas prestar serviços baratos não quer dizer que o serviço será ruim?" Não se ele for bem-apresentado. O principal concorrente do O Novo Mercado custa 9 mil reais, 8 mil reais. O Novo Mercado custa 7990 por mês. Isso quer dizer que O Novo Mercado aos olhos dos nossos clientes ou prováveis clientes é algo pior? Não. Muito pelo contrário, isso produz sentimentos bons, de justiça, de transparência, você cancela quando você quiser, você tem sete dias para ver se isso daqui funciona para você. Puna os seus concorrentes.

Se você está começando agora, qual é a melhor coisa que você pode fazer? Uma microassinatura. Se você vai começar agora e fazer um lançamento, qual é a melhor coisa que você pode fazer? Um lançamento muito barato e um produto muito bom. E eu tenho certeza que seus concorrentes vão olhar e vão falar: "Cara, esse cara vai dar trabalho. Ele está começando agora mas ele vai dar trabalho".

Você tem duas preocupações dentro de uma microassinatura: o onboarding e a recuperação do cliente. O que significa isso? Como é que você vai receber esse cara. Hoje em dia em ferramentas como o Hotmart, depois de uma compra, eles disparam a sequência de e-mails recebendo o cara. Eu recomendaria que no primeiro e-mail, chamado e-mail de boas-vindas, tivesse as instruções. Então no e-mail você dissesse que horas ocorrem as aulas, quando você sobe cursos novos, por que os vídeos são daquele jeito, aonde está o grupo da sua empresa. Lá no Facebook, por exemplo, dos alunos.

E, por fim, a recuperação de clientes. Como é que você recupera o cara

que entrou na sua assinatura e saiu? Ou, se é irrecuperável, se ele não quer voltar, se ele respondeu “não vou voltar”, entender por quê. Porque o ciclo de aprendizado só acontece, não é quando você tem gente entrando e pagando, mas também quando você tem gente saindo e cancelando; você tem que aprender dos dois lados. O foco deve ser isso: no onboarding, como é que você recebe essas pessoas; e na recuperação, como é que você tenta transformar esse cara que queria sair de volta no seu cliente.

É possível fazer combinação de lançamento e recorrência. Como? Em três ou quatro vezes por ano... Se você está começando agora, eu recomendaria que você fizesse três, para não ter muita confusão de processo. “Ícaro, agora eu penso em assinatura ou estou pensando em lançamento?” Cara, faz três. Faz três, faz um a cada quatro meses, vai ter tempo bastante para programar isso. Você faz uma mega oferta, você não necessariamente abaixa o preço – eu não gosto da ideia de abaixar o preço, porque tem gente pagando aquela recorrência e depois você vai ter que aumentar –, não mexe no preço, adiciona mais produtos: “Quem comprar em uma live específica...”. Tem aulas aqui que nós falamos sobre live. “Quem comprar em uma live, quem comprar ao final de um desafio recebe um módulo a mais, recebe um curso específico, que estará disponível apenas àqueles que compraram naquele momento.” É possível, mas, novamente, se você está começando agora, eu sugeriria que você focasse apenas em recorrência e, se possível, em microrrecorrência.

As referências para mais conteúdos sobre esse tema se encontram abaixo desse vídeo. Muito obrigado.

Aulas indicadas

[Aula 152: Transição para microassinaturas](#)

[Aula 020: MVP – Falsa negativa – Medo](#)

[Aula 021: Projeto – Estrutura mínima para o MVP – Parte 1](#)

[Aula 022: Projeto – Estrutura mínima para o MVP – Parte 2](#)

[Aula 023: Projeto – Estrutura mínima para o MVP – Parte 3](#)

[Aula 167: Princípios fundamentais de um MVP](#)

[Aula 193: Como fazer lives de maneira profissional](#)

Obrigado!



o novo
mercado