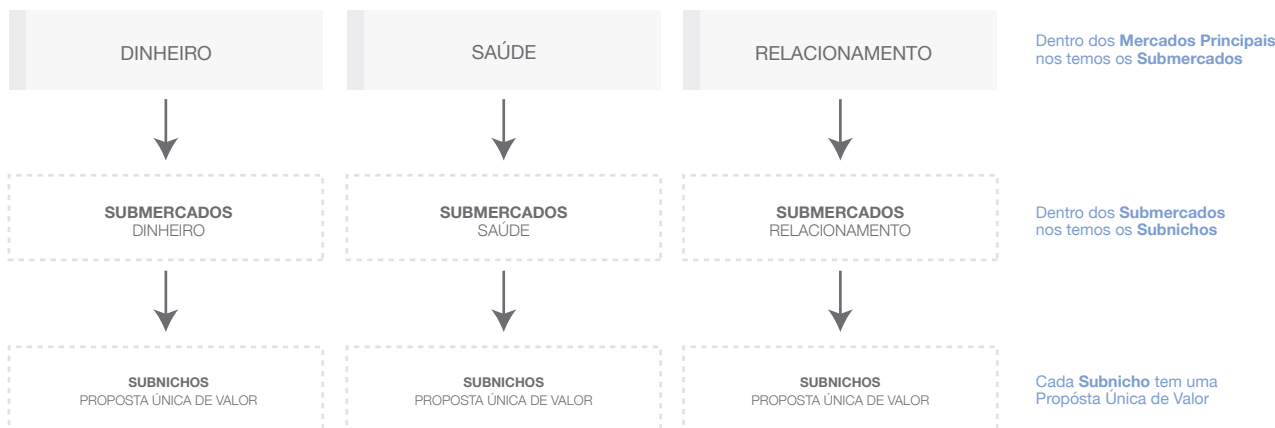


OS 3 MERCADOS PRINCIPAIS:

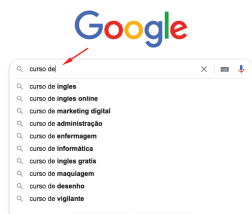


3 FORMAS DE PESQUISAR SUB-MERCADOS E SUBNICHOS

1 PESQUISA GOOGLE

Pesquise no google "curso de" e observe as sugestões de pesquisas mais realizadas no momento.

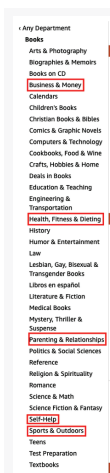
[LINK DIRETO](#)



2 AMAZON "BEST SELLERS"

Observe os submercados no menu lateral na amazon Best Sellers

[LINK DIRETO](#)



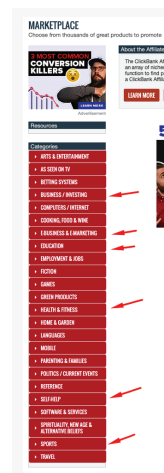
Os 5 melhores Submercados na Amazon:

- #1 - Self-help (auto ajuda)
- #2 - Business & money (negócios e dinheiro)
- #3 - Parenting and relationship (maternidade e relacionamento)
- #4 - Health, fitness & dieting (saúde, fitness e dieta)
- #5 - Esportes & outdoors (sports)

3 MARKETPLACE CLICKBANK

Observe os submercados no menu lateral do ClickBank

[LINK DIRETO](#)



Os 6 melhores Submercados no ClickBank:

- #1 - Business / Investing
- #2 - E-Business / E-Marketing
- #3 - Education
- #4 - Health and Fitness
- #5 - Self-Help (sports)
- #6 - Sports

SUBNICO E PUV:

Como criar um Subnico com uma Proposta Única de Valor (PUV)

! IMPORTANTE: Sua Proposta Única de Valor (PUV) deve quebrar objeções e mostrar o seu diferencial da concorrência!

Objeção de TEMPO

Oferecer resultado rápido

Exemplo: Como emagrecer 4kg em 2 SEMANAS...

Objeção de DOR

Oferecer resultado sem sofrimento

Exemplo: Como emagrecer 4kg SEM PARAR DE COMER O QUE VOCÊ GOSTA...

PUV (Proposta Única de Valor)

1 _____ proporciona **2** _____ para **3** _____ mesmo que **4** _____
sem ter que **5** _____ através de **6** _____

- 1** Nome do produto.
- 2** O que o seu produto causa, resolve ou proporciona?
Bem-estar, prosperidade, crescimento pessoal?
O que o seu produto ou serviço faz pelo cliente?
- 3** Para quem se dirige o seu produto ou serviço?
- 4** A principal dor ou objeção do seu público.
Exemplo: "Falta de tempo".
- 5** Alguma outra dor ou objeção, porém, com o sentido de exclusão
Exemplo: "Sem ter que sair de casa" "Sem gastar muito".
- 6** Aquilo que só você, e mais ninguém, entrega ao seu cliente.
Exemplo: "Método exclusivo" "Sem gastar muito".