



O que aprendemos?

Aprendemos nesta aula sobre o último motor de crescimento, o pago, quando investimos dinheiro em marketing para fazer com que o produto decole.

Para analisar o faturamento de um produto é preciso fazer duas contas:

- $\text{Custo de produção} + \text{custo de aquisição do cliente (publicidade paga)} = \text{Custo Total}$
- $\text{Custo total} - \text{preço de venda} = \text{faturamento}$

Lifetime Value: é o valor do tempo de vida do cliente que estima a potencial receita e lucro futuros gerados por um cliente.

O calculo da Lifetime Value do produto é:

- A média de quantas vezes o cliente vai comprar o produto durante toda a sua vida e multiplicar pelo valor do mesmo.

O produto que tem o motor de crescimento pago é sustentável quando o Lifetime dos clientes é superior ao custo de aquisição.