

**O PONTO MAIS IMPORTANTE É VOCÊ ENTENDER O SEU CONTEXTO. O CONTEXTO QUE VOCÊ ESTÁ INSERIDO MUDA A FORMA QUE VOCÊ SE POSICIONA.**

### >> INICIAR NO MARKETING DIGITAL É PARA QUEM

**Estímulos que fazem o cérebro humano prestar atenção ou tomar decisão.**

- Está começando no digital ou nunca lançou um produto (físico ou on-line), um treinamento (presencial ou on-line). Se você não sentiu vergonha de lançar o seu produto, então você demorou lançá-lo.
- O maior problema para quem quer fazer um lançamento no digital, é o perfeccionismo.
- **Um produto é uma solução de um problema.**

### >> O QUE É UM PRODUTO

- Solução de algum problema.
- Qualquer problema/dor que a sociedade carrega pode se tornar um produto.

### >> COMO ENTREGAR UM PRODUTO

- Físico;
- Software;
- Conhecimento (aulas, treinamento, imersão);
- Infoproduto: produto intangível (curso on-line, mentoria, e-books, vídeo aula);
- Serviço (físico ou on-line);

## >> POR QUE CRIAR/DESENVOLVER UM BOM PRODUTO?

- Para ter longevidade. Sem um bom produto você morre/é ultrapassado muito rápido.
- Para ter melhora constante. Quando o seu produto é bom, você é forçado a melhorar constantemente, você é reconhecido como um dos melhores. Logo, não pode deixar: qualidade diminuir, apenas melhorar.
- Para diminuir ou anula sua verba no MKT digital (você recebe indicações, logo, precisa investir menos em distribuição de conteúdo).
- Para diminuir ou anular concorrentes. Um bom produto não tem concorrência.
- Recorrência. Quando o produto é bom o seu cliente comprar mais vezes de você.
- Criar marca forte/Branding (gerar memória e significado na cabeça do seu cliente).

## >> FUNIL AMPULHETA

- ATRAÇÃO OPORTUNIDADE
- CONVERSÃO
- RETENÇÃO
- LEALDADE
- INDICAÇÃO



■ *Atrair novos clientes é 5x mais caro do que manter 05 clientes que você já tem*

## >> N.P.S.: NET PROMOTE SCORE (NOTA QUE O CLIENTE DÁ SOBRE O SEU PRODUTO/SERVIÇO)

- **Nota de 0-6:** detrator da marca.

Pergunte: o que falta para que o seu produto satisfaça a sua necessidade.

- **Nota de 7-8:** neutra (não vai falar bem ou mal de você).

Pergunte: o que falta para que ele te dê uma nota 10. A partir daqui você itera o seu produto (melhorar a cada novo lançamento),

- **Nota de 9-10:** promotor/advogado/evangelista da marca (precisa focar na parte de baixo O do funil), aqui o seu cliente usou/comprou e teve resultado com o que você oferece.

## >> EXISTEM DOIS TIPOS DE PRODUTORES NA INTERNET

- **Creators/criadores de conteúdo:** geram audiência, que gera visualização (as redes sociais pagam por essa visualização - Youtube, Blogs);

- **Infoprodutores:** criam conteúdo para gerar relacionamento, aumentam o nível de consciência, reciprocidade; e, com isso, realizam a venda do seu produto = **PROFESSOR DIGITAL.**

## >> UM PROFESSOR DIGITAL PRECISA:

- Ser bom em vendas e em ensinar;
- Ter didática - jeito professor;
- Ter método, dividir o conteúdo em passo a passo, deixa simples;

- Facilitar o entendimento através de metáforas, histórias;
- Utilizar exemplos do inconsciente coletivo;
- Balizar o público, começar do zero até aprofundar o conhecimento;
- Recapitular, fazer revisão do que foi ensinando.

■ *"Não é sobre como você ensina, mas sim como as pessoas aprendem."*

**SER BOM VENDEDOR** - para comercializar suas habilidades.

## >> O TRIPÉ DO SUCESSO FINANCEIRO NO DIGITAL

- Ter um bom produto (quem está começando não tem um bom produto);
- Ter uma boa didática (ter um bom learning experience);
- Fazer um bom marketing (combinado de: bom produto, boa didática e MKT).

■ *"Quem nasce grande é monstro, todo mundo nasce pequeno."*

Ensinar é para todo mundo que QUER. Sempre tem alguém que sabe menos do que você

## >> UM PRODUTO DIFERENCIADO/QUE GERA EXPERIÊNCIA, TEM

- Qualidade;
- Design;
- Atendimento.

Case Polishop (produto diferenciado): é um produto diferenciado. A Polishop pega um produto que já é bom, Já existe, já é validado, e deixa ele ainda melhor.

■ *"Inovar é questionar aquilo que já existe."*

# ADICIONE UM MECANISMO ÚNICO AO SEU PRODUTO

## DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO:

**DESIGN SPRINT:** fazer em 5 dias

- **UNPACK:** desempacotar/desembrulhar;
- **SKETCH:** sumarizar/roteirizar, esboço;
- **DECIDE:** decidir;
- **PROTOTYPE:** criar um protótipo, rodar o MVP (Mínimo Viável Produto),

### **DIA 01 - Desempacotar:**

- Decida o problema que você vai resolver;
- Quem é o público alvo desse problema;
- Quais são os sonhos e objeções do seu público. Realizar pesquisa de público alvo: descobrir qual é o S.O.M, do seu cliente = Sonhos, Objeções Medos;
- Defina o time necessário e as habilidades necessárias para desenvolver esse produto/projeto.

### **DIA 02 - Sumarização:**

- Decida as possíveis soluções que seu produto resolve: dor/problema (livro, curso, imersão, mentoria, alimento, suplemento, e-book);
- Chame o seu time e jogue todas as ideias na mesa. Não atrapalhe o processo criativo (não critique as ideias ruins),

### **DIA 03 - Decisão:**

- Escolha as melhores ideias e analise;
- Decida qual ideia será eleita para o MVP.

### **DIA 04 - Protótipo:**

- Faça uma scorização das ideias;
- Faça a ideia ser um MVP (Mínimo Viável do Produto), é uma ideia simples do seu produto que precisa ser validada.

### **DIA 05 - Teste:**

- Utilize um número pequeno de pessoas para validar a sua solução;
- Gere dados (colha feedbacks dessas pessoas);

### **ITERAÇÃO:**

- Melhorar a cada novo ciclo (a cada novo ciclo você melhorar, a partir da necessidade do seu cliente);
- Melhoria constante;

### **PROCESSO DE ITERAÇÃO:**

- Jogar o MVP para um pequeno espaço amostral (precisam ser pessoas reais que não tenham ligação emocional com você e que precisem do seu produto);
- Colher feedbacks;
- Melhorar em cima dos feedbacks recebidos. Ou seja, melhoria continua.

Livro: "Design Sprint"

### **MODELO DE CRIAÇÃO DE PRODUTO MPO (MARCOS PAULO DE OLIVEIRA):**

- Criar um produto de acordo com a demanda/dor do mercado;
- Só ensine o que você já está careca de aplicar fazer;



### **TÉCNICA DA PALESTRA (MPO):**

- Espaço físico com seu cliente;
- Tempo de tirar dúvidas com seu cliente;
- O time minuta (transcreve), todas as perguntas feitas pelo público;
- A partir da sua experiência, e perguntas feitas, crie um treinamento com o que você sabe que vai resolver o problema da sua audiência e responda todas as perguntas relevantes feitas pelas pessoas no espaço amostral;
- Sumarize um treinamento;
- Grave o treinamento;
- Venda o treinamento;
- Acompanhe o desenvolvimento e a aplicação dos alunos;
- Colha feedbacks;
- Itere o seu produto.

*Planeje, revise, melhore - Ciclo de Iteração.*

**QUEM NASCE GRANDE É MONSTRO!**