

O Novo Mercado

Ícaro de Carvalho

AULA 010 – Produto e Proposta – Parte 2.

O que será discutido na aula?

Nessa aula falo sobre os tipos de proposta que funcionam para o Brasil.

INTRODUÇÃO

Na aula anterior falamos das diferenças entre produto e proposta, como o produto é a parte racional e a proposta trabalha o emocional.

Nós falaremos nessa aula sobre os tipos de proposta que funcionam para o Brasil.

Cada povo responde a ofertas de maneira diferente, devido a sua diferente bagagem cultural e imaginário popular.

Nós brasileiros somos tão utilitaristas que desafiamos Deus, botamos santo de ponta cabeça n'água para arranjar marido.

Então, o Brasil é um dos países mais difíceis para se vender conhecimento. O brasileiro valoriza mais o cimento e o prego do que a estética. É por isso que o mestre de obra por aqui ganha mais que o arquiteto. Arquiteto é enfeite, só o contrata quem tem dinheiro.

Então, por aqui você dificilmente consegue vender algo sem um apelo ao utilitarismo.

DISCUSSÃO

Considerando a necessidade utilitarista do brasileiro, você precisa se adequar para anunciar seu produto com uma proposta que fale nessa língua, que convença o cliente por essas qualidades.

Vejamos o exemplo de consultoria.

Quando as pessoas vendem consultoria no Brasil, elas cometem um erro de proposta clássico que é vender a melhora do contratante. Você não tem que vender a melhora do contratante, mas os resultados que ela trará.

Ao invés de falar que você vai fazê-lo enxergar quais são os erros da empresa dele, você passa rápido pelos problemas e já fala do resultado que as soluções trarão, falando em números.

ESTRATÉGIA

As principais roupagens utilitaristas que devem compor o discurso de proposta de venda de serviço/produto imaterial:

1) Quanto tempo você está gastando com isso

Boa parte dos brasileiros não entendem que estão sendo pagos por tempo.

"Tempo é dinheiro, você não sabe quanto tempo você perde e por isso está perdendo muito dinheiro" é um combo forte.

2) Educação/Instrução não é gasto, é investimento

O produto instrutivo é sempre um investimento que irá trazer X vezes de retorno para quem o adquire.

3) Você não está aproveitando todas as possibilidades

As pessoas nunca estão aproveitando todas as possibilidades.

As pessoas estão tão distraídas e atoladas com dia a dia que não percebem tudo o que poderiam explorar.

4) Você está deixando dinheiro na mesa

É um dos argumentos mais fortes.

Posso garantir para vocês que 90% dos projetos do país poderiam trabalhar com upsell e não o fazem por nem ao menos pensar na opção.

O que você tem que fazer, no final das contas, é ter uma proposta tão utilitarista, tão dinheirista, que o cliente consiga visualizar o dinheiro, que ele tenha a sensação de estar comprando algo concreto.

Sem o verniz utilitarista, que nós confundimos com prostituição – a bem da verdade é que, se o seu público é prostituído, é a linguagem prostituída que te dá acesso a ele.

Quanto menos raciocínio você tem, mais você acredita que é racional. O Olavo mesmo fala que a inteligência é a única propriedade que, quanto menos você possui, menos sente falta.

Essa é a forma que você vende para o brasileiro médio. Se você não quer vender dessa forma, não tem problema, mas o produto será focado em um nicho.

Para vender dessa outra maneira, faremos outra aula.

Mas lembre-se: o que para você parece discurso prostituído, para os outros pode ser um baita pitch de venda.

Q & A

❖ + 15 minutos de interação com o chat.