

O Novo Mercado

Ícaro de Carvalho

AULA 009 – Produto e Proposta – Parte 1.

O que será discutido na aula?

Nessa aula explico o que é produto e proposta e a diferença entre eles na hora da decisão do consumidor pela compra.

INTRODUÇÃO

Na minha opinião é um dos pontos mais importantes porque ele praticamente define o quão bom você é na hora em que delimita seu produto, proposta e narrativa.

Esses dois elementos são responsáveis por grande parte do fator de decisão do cliente.

DISCUSSÃO

Quando falamos de produto e proposta, falamos com partes diametralmente diferentes do nosso raciocínio e da maneira com que nos comportamos no mundo anteriormente ao momento da compra.

O produto é resultado do convencimento e discurso racional.

A proposta é o resultado de um estímulo e discurso emocional.

Toda oferta tem produto e proposta: o que ele é e o que você deseja que as pessoas vejam nele. O grande problema é que alguns objetos dependem muito mais do discurso de produto para gerar bom fator de convencimento, enquanto outros possuem a proposta como principal fator de vendas.

O produto é a capacidade descritiva que você tem de convencer o consumidor a comprar algo pelas suas respectivas características.

A proposta é como você consegue inserir elementos emocionais a essa descrição.

Para utilizar adequadamente os dois discursos, precisamos entender o cenário atual da nossa juventude.

A nossa juventude é uma mescla perfeita entre solidão, pertencimento e hiper conectividade e esses três elementos geram tédio.

- **Solidão:** tem a ver com a redução da família e é resultado direto do distanciamento dessa família.
- **Pertencimento:** necessidade constante do ser humano de pertencer a algum grupo. As pessoas querem incorporar os símbolos do grupo ou do líder.

São coisas que se alimentam, quanto maior a solidão, maior a vontade de pertencimento.

- **Hiper Conectividade:** as pessoas estão ligadas o tempo todo. Ela traz a sensação mascarada de que a qualquer segundo algo importante pode acontecer.
- **Tédio:** é uma consequência dos três pontos anteriores. Há estudos mostrando que quando você não recebe likes ou compartilhamentos, você fica depressivo.

Esses fatores todos geram, inclusive, esse mercado moderno de saco de ar, de coisas vazias. São questões que não são feitas para fazer sentido, mas para matar o tédio.

Esse tipo de estrutura funciona hoje porque as pessoas não têm qualquer tipo de proteção, porque a proteção demanda trabalho, razoabilidade.

Um dos melhores estudos sobre esse estado de tédio é o caso da pornografia: o ser humano fica em um estado semi-hipnótico, mudando os vídeos rapidamente em busca, simplesmente, de novos estímulos e faz isso todo dia.

Depois você vê uma indústria que posta artigos falando “ver pornografia faz bem para sua próstata”. Tá, mas e a cabeça do sujeito?

Quando uma pessoa que entende minimamente como o processo de oferta, compra e desenho funciona faz uma oferta para o jovem entediado, ele faz a venda.

É por isso que hoje eu foco fundamentalmente em proposta, dificilmente em produto.

Dever de casa: assistam o filme *Idiocracy*.

Em algum tempo nós andamos em direção à idiocracia. Hoje em dia a sociedade está tomada por decisões imediatas. Primeiro vem a proposta, depois a fotografia, depois a experiência de compra, o engajamento, o branding e então a descrição do produto.

Tráfego mobile

Antigamente você precisava esperar que a pessoa estivesse em casa para receber uma proposta, hoje ela acessa tudo a todo tempo por causa do celular.

Outra coisa que mudou muito foi layout: ele é todo montado de forma a facilitar a compra, a ação.

Na próxima aula falaremos sobre tipos de proposta.

Q & A

❖ 10 minutos de interação com o chat.