

MATERIAL DE APOIO

MÓDULO 08

plano ê

TIPOS DE PRODUTOS

TIPOS DE PRODUTOS

Agora teremos um panorama geral dos tipos de infoprodutos (produtos online) existentes para o seu especialista.

“O primeiro produto que eu lancei, foi um produto de mentoria.”

MENTORIA

Nosso primeiro tipo de infoproduto é a mentoria, uma ótima opção para fazer caixa. Para criar um produto de mentoria é necessário identificar antes se seu especialista tem perfil para ser um mentor. E você ainda poderá validar o conteúdo do seu expert.

Caso optem por iniciar com a mentoria, a parceria deve ser analisada pensando na maior participação e envolvimento de tempo do especialista. Então para esse caso, 30 a 40% do lucro é uma média muito boa para a agência, desde que ela seja a responsável por toda a organização do produto.

Como fazer a entrega de uma mentoria:

- 1 - Não existe um caminho único.
 - 1.1 - Mentorias individuais ou em grupos;
 - 1.2 - Grupos no WhatsApp ou Telegram;
 - 1.3 - Encontros totalmente virtuais ou presenciais;

É importante fazer uma pesquisa de mercado e entender a demanda, o perfil do expert, faixa de valor, entregas etc.

E-BOOK

O e-book é um produto bem comum, inclusive marcou o início do mercado digital. É uma opção simples de se produzir, mas possui várias limitações, como: ticket, entrega do resultado, conexão do público com o especialista.

“Eu não aconselho você a pensar no o e-book como estratégia principal.”

De que forma o e-book se torna uma boa opção?

Ele pode ser usado para complementar a entrega como bônus ou produto adicional, que pode ser adquirido junto ao seu produto principal.

COMUNIDADE

A comunidade de alunos é um grupo criado para pessoas com interesse no produto do seu especialista e tem se tornado muito interessante e comum no mercado.

Um dos benefícios é a flexibilidade da criação de conteúdo. Você não precisa ter um curso gravado logo no início, é possível fazer entregas semanais através de lives, conteúdos gravados etc.

Contudo, a comunidade precisa ser moderada, ou seja, é necessário que haja sempre uma administração constante para mantê-la organizada e sanar dúvidas dos alunos participantes, mantendo o interesse do público e qualificando o produto.

Como fazer a moderação da comunidade?

Se no seu modelo de negócios você é responsável pelo atendimento dos alunos, essa moderação é sua responsabilidade.

A aceitação de novos membros é manual. Então, indicamos que crie uma pergunta para ser respondida pelos alunos.

Aqui na Vê, nós pedimos para que os alunos informem o e-mail de cadastro, ou seja, o e-mail utilizado no momento da compra do produto.

MODELO

Informe seu e-mail de cadastro para participar da [NOME DA COMUNIDADE], o mesmo utilizado no momento da compra do curso/programa.

Observações relevantes:

- *É importante que o expert participe e interaja com os membros;*
- *O time de atendimento responde as postagens como “equipe de atendimento”.*
- *Aqui deixamos a comunidade livre para comentários, mas mantemos a moderação do que é postado pelos alunos. Sempre fazendo valer as regras criadas para o grupo.*

A pessoa responsável pelo atendimento da conta possui acesso ao e-mail profissional para criar um perfil no Facebook e realizar as moderações da comunidade através desse novo usuário.

PORTAIS DE CONTEÚDO

É como um serviço de streaming. O aluno vai assinar o portal e receber um número x de conteúdos por semana/mês. Esse tipo de produto pode ser feito em parceria com mais de um especialista, desde que os conteúdos se complementem.

Pontos de atenção:

- *Se for ter mais de um especialista no produto, é importante que a negociação seja bem clara. É necessário fazer um contrato onde todos estejam de acordo com as cláusulas. A porcentagem de cada um será validada de acordo com a contribuição para o portal.*

CURSO ONLINE

Este é outro produto bem comum no mercado. Esse produto possui uma plataforma de aulas, é necessário entregá-lo de forma completa com material de apoio, o suporte dentro dessa plataforma, conteúdo mais denso, porém mais focado em ensinar uma metodologia específica.

MASTERMIND

Um produto de alto ticket, onde você reúne pessoas com o mesmo interesse e elas trocam informações construtivas.

Por ser mais exclusivo, o público é mais engajado, formado por pessoas que já tem resultado no mercado em que atuam e possuem poder para entrar em um grupo de Mastermind.

Para o mercado digital, este é um produto bem conhecido, mas em outros nichos, ele ainda não é tão explorado, o que pode se tornar uma veia a ser estudada.

Como os demais produtos, também é necessário avaliar a atuação da agência e do especialista para entender a divisão dos lucros e custos envolvidos na entrega do produto.

Abordamos os principais produtos aplicados no mercado, mas não são os únicos que podem ser utilizados.

Além dos mencionados, ainda existem:

- *Imersão online - um curso de 2 ou 3 dias de encontros online com foco na entrega de conteúdo;*
- *Eventos presenciais – workshops, palestras (aqui também deve ser analisada a atuação de cada parte envolvida).*

“A cada dia vai surgindo um produto novo. Faz parte do processo ficar em alerta e de olho nas tendências.”

Com a profissionalização do mercado, é normal que o consumidor fique mais exigente com a entrega e faça com que o produto se desenvolva cada vez mais.

plano ê

PRODUZIDO POR:

AUTORIA:

Ellen Salomão

PRODUÇÃO:

Felipe Botelho e Guilherme Feix

DIAGRAMAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE:

Gubbio Adson e Pedro Veloso