

O Novo Mercado

Ícaro de Carvalho

AULA 002 – Produtos sazonais (*timing products*).

O que será discutido na aula?

Nessa aula falo tudo sobre *timing product*.

INTRODUÇÃO

Não gosto muito do nome em português porque ele passa a impressão de temporada ao invés de *timing*. O timing dá uma ideia de acerto, que é exatamente do que se trata. É mais sobre a sua habilidade de reconhecer o momento adequado para um lançamento do que ciclos temporais.

Chesterton fala que o ano novo era mais do que uma data, mas o momento de começarmos uma nova vida, nos rejuvenescermos.

Na Inglaterra isso pode funcionar muito bem, mas no Brasil o ciclo de feriados adquiriu uma cara meio patológica. Ano novo é quando prometemos tudo e não cumprimos nada.

Mas nos países latinos a promessa não é muito vista como um ato de boa-fé, de boa vontade. Já a ação é uma prova de que você está realmente intencionado e lutando por aquilo.

A ação passa uma impressão de vontade. Por exemplo, é diferente eu prometer a minha esposa que vou a academia, mas não ir, do que prometer, pagar o primeiro mês e desistir depois da primeira semana. A reação é algo na linha de “pelo menos ele tentou.”

Acontece que sempre há uma oportunidade para explorar o sentimento de mudança.

DISCUSSÃO

Você pode explorar um *timing product* com um produto de ticket médio alto ou baixo.

Quando você observar uma janela de oportunidade, pode montar um protótipo.

Muitas vezes, para o produto de ticket médio baixo, basta fazer um compilado aceitável sobre o tema do momento e adicionar estratégias de redação publicitário.

Isso porque a resistência do consumidor é muito baixa para um produto de ticket médio baixo.

Essa discussão derruba alguns mitos:

- Mostra que você pode criar um produto em qualquer área, contanto que descubra uma janela de oportunidade;

- Mostra que você não precisa ser um grande especialista, há bons produtos que são meros compilados.
 - Poucas pessoas têm o domínio da língua inglesa. Às vezes a tradução e explicação de um conteúdo em língua estrangeira já se torna um bom produto.
- As pessoas não querem soluções complicadas, mas razoáveis.

Resumir livros é uma tremenda janela de oportunidade, por exemplo.

Já para produto com ticket médio alto, o ideal é trabalhar com janelas um pouco maiores.

Lembrem-se do "Fim do Brasil" da Empíricus. Eles acertaram uma tremenda janela de oportunidade, eles ofereceram um produto de baixo ticket explorando um medo racional e contaram com a sorte.

O fator sorte foi o Palácio do Planalto se posicionar e depois a analista do Santander ser demitida.

Trapaça

Há uma estratégia de trapaça que o Facebook tem tentado corrigir que é a criação de páginas falsas com aparência de uma grande marca.

Essas páginas fazem 3 ou 4 posts de valor, para parecer bem real, e compram tráfego para ter bastante engajamento nesses posts. Em seguida fazem um sorteio para angariar likes.

Com pouquíssimo dinheiro montam uma página de muitos likes e depois mudam o nome para seu próximo negócio ou vendem a página para uma marca interessada em comprar uma página com bastante curtidas no Facebook.

É uma brecha imoral e ilegal, um *black hat*, mas ainda existe.

Meios de venda

Para vender seu produto você pode vender puramente pela rede social ou buscar trabalhar com afiliados.

Afiliados são pessoas que já tem a própria lista e sabem trabalhar com vendas. Cobram entre 30 e 40% de comissão.

Alguns sites de afiliados são a Monettizze, Eduzz e Hotmart.

Síntese

Então, *timing product* é importante.

Saber desenhar a proposta é mais importante, saber o que você está vendendo é ainda mais importante, mas, de tudo, o *timing* é a coisa mais importante.

Q & A

❖ 10 minutos de interação com o chat.