

MATERIAL DE APOIO

MÓDULO 08

plano ê

PRECIFICAÇÃO

PRECIFICAÇÃO

Saber precificar o produto é bem importante para o lançamento. “Não adianta ter o produto certo com o preço errado.” Contudo, no início é bem comum não saber precificar o produto.

Na hora de pensar no produto, é bom levar em consideração os seguintes itens:

Qual é a estratégia?

Como será feita a entrega do produto, como ele será anunciado e para quem será. Toda a estratégia que envolve a entrega.

Relação entre valor x qualidade dos alunos

Nem sempre o foco será em ter um produto de ticket médio mais baixo, para ter mais alunos, sendo que esses alunos não são engajados e não fazem seu produto evoluir. Então é necessário fazer o estudo de valor do produto em relação a qualidade dos alunos que deseja ter no curso.

Relação entre quantidade de alunos x suporte

Ter um grande volume de alunos pode não ser viável em determinadas situações. Você precisa estar ciente da sua capacidade de prestar um bom suporte para a quantidade ideal de alunos.

Tamanho do nicho

Dependendo do tamanho do seu nicho, você consegue identificar se é um produto escalável e com demanda no mercado. Para um nicho mais limitado, você precisa calcular o preço do produto com base no retorno que quer ter com o público que pode ter.

Posicionamento do produto

De que forma você irá posicionar seu produto também pode definir o valor que ele terá. Se for um produto mais focado em grandes públicos, reduzir o ticket médio pode ajudar a alcançar essa meta. Já um produto mais seletivo, o ticket pode ser mais alto.

Lucratividade do produto

Por último, estudar a lucratividade do produto. Esse estudo é feito com base nos custos que teve para criá-lo. Todos os custos devem ser levados em consideração, para chegar a um decisor final do ticket médio ideal.

COMO PRECIFICAR?

1 – Pesquisa de mercado:

Entender os produtos dos concorrentes é importante. Você deve levar em consideração o posicionamento, preço, estratégias etc.

2 – Comportamento do avatar:

Padrão de vida, renda familiar, quantos anos ele tem, como ele consome conteúdo etc.

3 – Qual é o produto – cobre o valor justo:

O valor deve estar dentro do que o produto se propõe a solucionar. Se posicionar no mercado de maneira inteligente.

4 - Você pode começar com um ticket menor:

Começar com um ticket menor, não significa deixar seu produto abaixo do valor de mercado, mas sim mais baixo em relação ao valor que deseja alcançar.

5 – Valor do produto precisa ser compatível com a transformação:

Saber quanto vale a entrega do seu produto. Entender como ele está dentro do que se propõe a entregar.

6 – Diferenciais do produto:

Elencar tudo que agrega valor ao produto do seu especialista. O que pode ser considerado um diferencial real.

O QUE FAZER SE ERRAR NO PREÇO DO PRODUTO?

Se você em algum momento chegar a cobrar mais alto e sentir que errou o preço. Para reduzir o produto, mas sem gerar insatisfação para quem o comprou com valor mais alto, você pode oferecer bônus que agreguem valor.

Também é possível dar desconto em uma outra oferta durante o lançamento por exemplo. O produto fica disponível por um valor mais alto, mas durante o lançamento, esse valor é reduzido em forma de desconto.

Você pode entender se o preço do produto está caro ou não, utilizando os gráficos de parcelamento disponível na Hotmart.

O gráfico ideal, é que o número de vendas à vista esteja próximo ao número de vendas parceladas. Caso seu gráfico esteja com uma diferença muito grande, sendo que o parcelamento é bem maior, pode ser um indicador de que seu produto está muito caro para o mercado.

COMO COMBATER OBJEÇÕES DE PREÇO?

1 – Melhorar a oferta:

Adicionar bônus, benefícios etc.

2 – Qualificar a lead:

Trazer um público mais qualificado através dos criativos, segmentação etc.

3 – Melhorar a copy:

Como apresentar a oferta, como fazer a quebra de objeção de preço.

4 – Base de conteúdo bem feita:

Conteúdo alinhado com avatar. Gerar desejo através do conteúdo gratuito.

5 – Trabalhar o branding:

Gerar confiança da marca com público: Boa reputação, bom atendimento etc.

6 – Prova social:

Quanto mais depoimentos você tem, melhor é para a marca.

Todos esses pontos são importantes para construir a precificação do produto. Pensando além e criando um produto que esteja adequado para o mercado.

plano ê

PRODUZIDO POR:

AUTORIA:

Ellen Salomão

PRODUÇÃO:

Felipe Botelho e Guilherme Feix

DIAGRAMAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE:

Gubbio Adson e Pedro Veloso