

O Novo Mercado

Ícaro de Carvalho

AULA 000 – Aula Inaugural.

O que será discutido na aula?

Introdução à proposta do **O Novo Mercado** e o porquê de sua estrutura acrescida de comentários e explicação de conceitos básicos que fundamentaram essa escolha.

PROPOSTA

O Novo Mercado é resultado de 6 anos (até então) de posicionamento digital, produção de conteúdo e desenho de produtos para empresas de diversos ramos e mercados: mercado financeiro, criatividade, rádio, TV, e autodesenvolvimento.

É uma resposta ao alto custo de desenvolvimento de cursos e treinamentos nessa área por parte do Ícaro.

O Novo Mercado torna-se então uma opção acessível aos conteúdos desses treinamentos e seguirá o modelo de assinatura.

Modelo de Assinatura

Devido ao princípio da aceleração:

As coisas estão se tornando mais rápidas e a própria internet promove ferramentas de aprendizado alternativas ao descompasso de instituições educacionais formais.

Trabalhar com o modelo do acelerador é entender o problema, a questão, o desafio que o cliente tem e fornecer a ele, de maneira otimizada, as ferramentas que ele precisa para resolvê-lo. Uma capacitação otimizada e dinâmica, que possui uma maior capacidade de se adequar a novidades e tendências do mercado.

O modelo de assinatura comporta essas questões e permite que sejam atentidas as demandas dos alunos com maior proximidade do especialista.

Conceitos comentados

1) Desenvolvimento minimalista

O modelo de entrega de produto único, completo e especializado. No caso do **O Novo Mercado**, a proposta é fornecer os quatro elementos necessários para:

- desenvolver um bom negócio na internet
- como utilizar a internet para desenvolver um negócio.

2) Pivot

Quando se adota uma estratégia comercial com objetivo de tornar o produto mais atrante, mantendo a base do modelo atual. Existem alguns tipos de pivots:

- **Zoom In:** especializar em apenas uma área do que era seu produto e torná-lo o novo produto completo.
- **Zoom Out:** adicionar um ou mais recurso ao que antes seria o produto inteiro.

3) Modelo Razor and Blades

Modelo de negócio em que itens são vendidos a preços baixos (ou entregues gratuitamente) com o objetivo de aumentar a venda de produtos.

Ex: venda de assinatura básica acompanhada, em datas especiais, de promoções para o *upgrade* da assinatura, ou quando Rockefeller vendeu e doou lâmpadas para aumentar a demanda por querosene.

4) Sistema de serviço rotativo

Proposta de serviço por assinatura que desincentiva o descadastro. Isso porque a coisa mais difícil de se obter de um cliente é uma ação, e o descadastro acaba sendo uma ação.

Ex: SmartFit, facilita a inscrição removendo burocracias mas o cancelamento precisa ser feito através do site, leva mais tempo que o cadastro e permite ao cliente refletir sobre a decisão, o que pode gerar sentimento de culpa.

5) Design Economy

Link compartilhado no grupo sobre a economia imaterial e sua era:

< <https://www.designcouncil.org.uk/what-we-do/research/design-economy> >

6) Custo de Aquisição do Cliente e Custo de Manutenção do Cliente

Comentário adicional, será feito um estudo sobre o tema mais adiante:

- **C.A.C.:** quanto se gasta para atrair o cliente.
- **C.M.C.:** quanto se gasta para manter o cliente, uma vez que ele já decidiu por investir em seu produto.

SÍNTESE

O **Novo Mercado** trabalhará todos esses elementos. O formato das aulas também foi escolhido para trazer proximidade com o público e torna o conteúdo mais agradável, em tom descontraído.

Sugestão de conteúdo: documentário "**Capital C**" sobre *crowdfunding*.

Q & A

❖ **Ícaro, até que ponto o resultado é inquestionável para o mercado?**

Eu acredito que o resultado é inquestionável para empresas e clientes. Para o mercado, não sei. Para empresas e clientes é inquestionável porque você não paga conta com discurso. A palavra 'inquestionável' é inflexível, então não sei dizer, mas que é importante, é.

Para mim, os resultados são a segunda coisa mais importante quando você ensina algo, a primeira é a didática.

❖ **Ícaro, é possível criar um modelo de assinatura mesmo não sendo autoridade pública sobre o assunto?**

Na maioria das vezes você não precisa ser uma autoridade pública sobre o assunto. É possível fazê-lo sendo somente uma autoridade sobre sua zona de influência.

Mesmo não sendo uma autoridade no seu nicho, é possível construir essa autoridade em curto e médio prazo. Como? Mostrando para as pessoas que você sabe do que está falando. Quando você mostra domínio sobre o assunto, as pessoas passam a te respeitar, os interessados a te seguir e este é o primeiro passo para criar uma assinatura.