

Versão 01

Mister **hot**



mrhot.pro

Conteúdo **PLATINUM**™

# QUAIS CONTEÚDOS VENDER E COMO VENDER

Conteúdo exclusivo fornecido por Mr. Hot. Todos os direitos reservados.

## DISCLAIMER

Esse conteúdo deve ser usado apenas para fins informativos ou de estudo. Nós não nos responsabilizamos pelo uso errado de qualquer informação contida aqui.

Além disso, esse conteúdo é gratuito e não deve ser vendido, comercializado ou distribuído por pessoas e/ou entidades que não sejam detentoras de seus direitos autorais.

O mal uso ou distribuição desse conteúdo em qualquer situação estará sujeito a medidas legais.

**FAZER DENÚNCIA**

**ACESSAR NOSSOS CANAIS**

## SUMÁRIO

1. Valor X Preço .....	4
2. Esteira de conteúdo .....	6
3. Conteúdo inicial, order bump, upsell e downsell .....	7
4. Precificação do conteúdo .....	8
5. Funil de vendas .....	9





## 1. Valor X Preço

O que você entrega para seu cliente não é nem de perto tão importante quanto o que você promete entregar.

A realidade é que existe uma diferença muito grande entre a promessa e a entrega e você precisa usar isso a seu favor no momento da venda, principalmente no nicho hot.

Essa diferença é o valor da sua promessa em relação ao preço do seu conteúdo.



Isso significa que o cliente precisa olhar para o conteúdo ofertado de maneira que o preço que ele vai pagar pareça muito inferior ao que ele estaria disposto a pagar.

Mas a pergunta do milhão é: como ter um produto onde o valor da promessa seja muito maior que o preço do conteúdo?

Até porque conseguir agregar valor a uma promessa em uma copy, principalmente quando ela precisa ser curta e direto ao ponto, não é uma tarefa fácil. Se fosse, a profissão de copywriter não existiria e todo produto no mercado seria vendido com extrema facilidade, independente do nicho.

Mas existem algumas formas de se fazer isso e a mais efetiva de todas é fragmentar o seu produto em vários conteúdos separados e aproveitar o momento após a primeira venda para vender esses outros conteúdos.

Tudo isso deve ser feito em um período de tempo de no máximo 10 minutos após a primeira venda.

Nesse momento ocorre a liberação de dopamina (neurotransmissor responsável por sentimentos como prazer e satisfação) no cérebro do seu cliente, fazendo com que ele haja de maneira irracional e compre com muito mais facilidade na segunda vez.

Isso vale para vendas em qualquer nicho, mas no nicho hot a liberação de dopamina é muito maior, porque antes mesmo da primeira venda ele já estará liberando esse neurotransmissor. Nós chamamos isso de “pensar com a cabeça de baixo”.

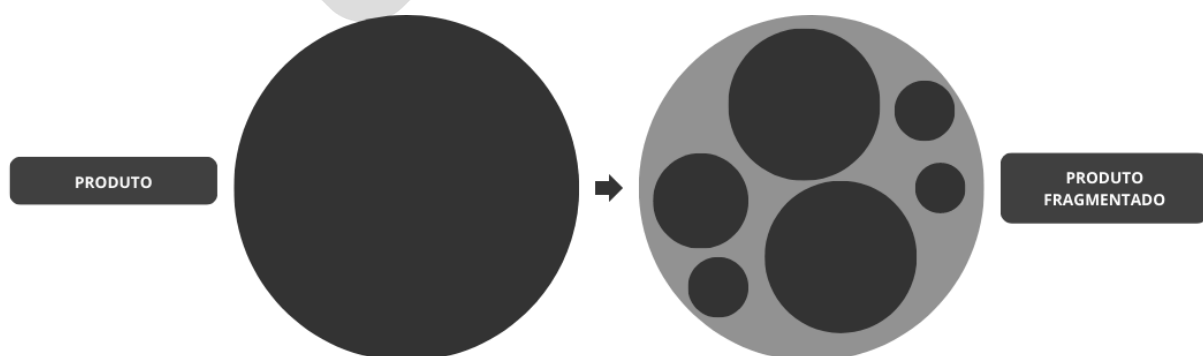
Mas como fragmentar seu produto em vários conteúdos aumenta o valor da promessa e facilita a primeira venda?

Simples: você fragmenta o preço junto com o conteúdo ao mesmo tempo que cria um sentimento de exclusividade.

Todo copywriter sabe que em todo produto que ele começa a criar uma oferta, o valor da promessa começa igual ao preço do produto. Veja:



Mas quando o preço do produto é fragmentado em vários conteúdos, podemos ter o seguinte resultado:



Ao fragmentar o produto inicial, podemos vender um de seus fragmentos primeiro e depois vender os outros em sequência. Dessa maneira você aumenta o valor da promessa, vende muito mais fácil e ainda aumenta o valor total do produto.

## 2. Esteira de conteúdo

Os nossos fragmentos de produto se transformarão em uma esteira de conteúdo. Os conteúdos vendidos no nicho hot são compostos basicamente por fotos e vídeos.

Então, uma boa esteira de conteúdo deve ser dividida por categoria e ter uma quantidade validada de fotos e vídeos em cada categoria.

A divisão por categoria é a seguinte:

CATEGORIA		CONTEÚDO		QUANTIDADE MÍNIMA	
1	Conteúdo Inicial	1	Ensaaios sensuais sem nada explícito	1	Fotos: 30
2	Order Bump 1	2	Parte superior do corpo com nudez explícita (seios)	2	Fotos: 30 + Conteúdo 1
3	Order Bump 2	3	Nudez total e cenas de sexo frontal explícito	3	Fotos: 30 + Conteúdos 1 e 2
4	Upsell	4	Sexo anal explícito e fetiches em geral		Vídeos: 15
5	Downsell 1	5	Todos os conteúdos não vendidos	4	Fotos: 30
6	Downsell 2	6	Conteúdo de recorrência (novas fotos e vídeos)		Vídeos: 20
				5	Todos os conteúdos não vendidos
				6	Todos os conteúdos anteriores

### **3. Conteúdo inicial, order bump, upsell e downsell**

Antes de aplicarmos alguns funis de venda, nós precisamos entender o que é cada categoria de oferta e quando usá-la.

#### **3.1. Conteúdo inicial**

O conteúdo inicial é sua oferta com o segundo menor ticket, mas não o seu produto principal. Essa oferta é a primeira opção de venda que você mostra para o seu cliente.

#### **3.2. Order bump**

O order bump são as ofertas complementares ao seu conteúdo inicial, aplicadas antes da primeira venda.

Em nosso caso, o order bump 1 é nossa oferta intermediária e o order bump 2 é nossa oferta principal.

#### **3.3. Upsell**

O upsell é a oferta aplicada logo após a primeira venda. Essa é a oferta com o terceiro maior valor e com o maior preço.

#### **3.4. Downsell**

O downsell 1 é a oferta que acontece logo após o primeiro “não”. Nós o utilizamos como uma tentativa de salvar a venda após a primeira recusa do cliente.

Esse conteúdo é a junção de todos os outros que não foram vendidos, também tem o segundo menor preço e o segundo maior valor.

O downsell 2 é a oferta que ocorre logo após a recusa ou venda do downsell 1.

Esse conteúdo é de recorrência e entregue em plataformas como OnlyFans, Privacy, Lastlink, Fansly, etc. É o que tem o menor preço e o maior valor.

#### 4. Precificação do conteúdo

Para você entender de fato a precificação, é preciso que você faça a leitura do e-book “Como Determinar o Perfil de Modelo Ideal”, disponível em meu grupo exclusivo do Telegram. [Clique aqui](#) para acessar.

A precificação é baseada na metodologia *Model's Content Price*. Para exemplificar, utilizaremos a mesma precificação utilizada no e-book citado.



Com o ticket mínimo, médio e máximo, é possível obter os valores para o conteúdo inicial, order bump 1, order bump 2, upsell e downsell 1. O downsell 2 tem valor fixo.

O ticket máximo corresponde ao seu produto antes de ser fragmentado.

O valor do conteúdo inicial e do downsell 1 são correspondentes ao valor do ticket mínimo do produto.

O valor do order bump 1 é 60% do valor do ticket médio. É preciso fazer um arredondamento para a casa mais próxima entre 0 e 5 sempre que esse valor não terminar em um desses dois números.



O valor do order bump 2 e do upsell são iguais e correspondem a 50% do valor do ticket máximo. É preciso fazer o mesmo arredondamento utilizado no order bump 1.

O Valor do downsell 2 para o Brasil é de R\$ 39,90 por mês. Esse é o preço praticado por grande parte do mercado para esse tipo de conteúdo.

Para o nosso exemplo, a precificação é a seguinte:



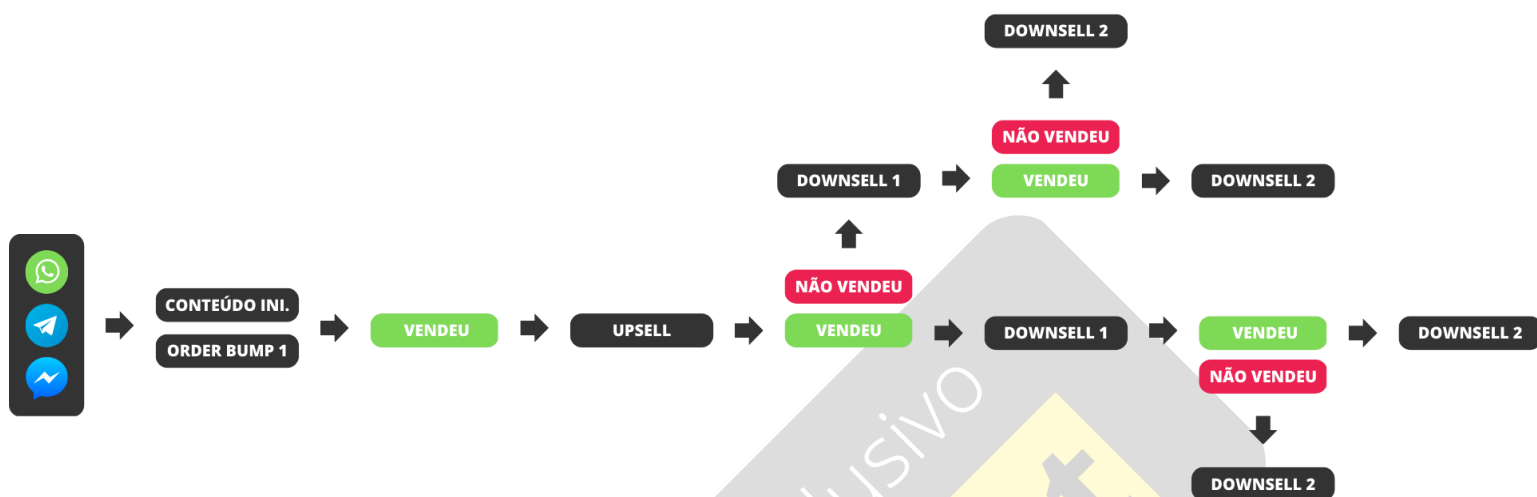
Dessa maneira, tínhamos um produto inicial que custava R\$ 220,00. Agora, se conseguirmos vender toda a nossa esteira de conteúdo para um mesmo cliente, teremos vendido R\$ 259,90, além da recorrência dos próximos meses.

## 5. Funil de vendas

Mesmo que intuitivamente, o funil de vendas já foi montado e explicado. O que nós faremos agora é a ilustração dele.

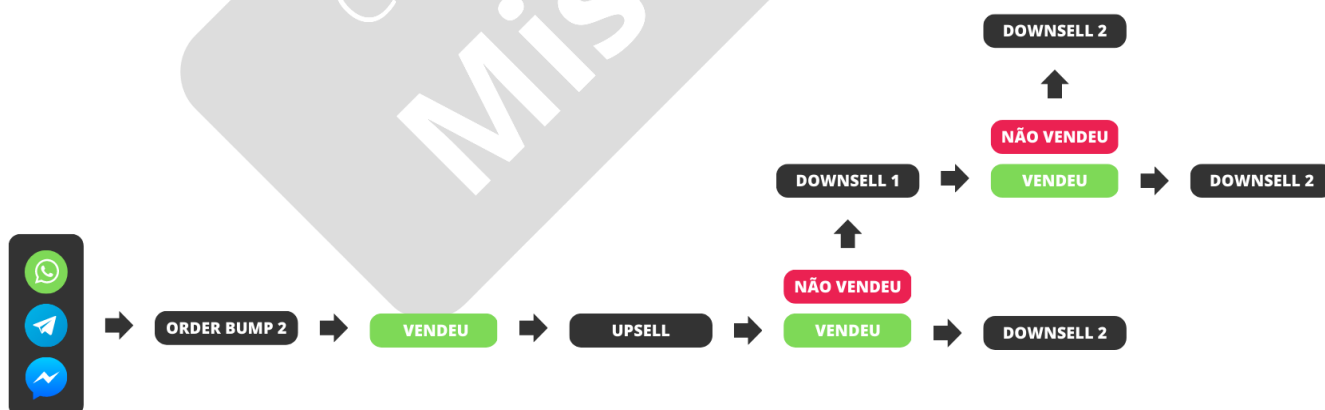
Os funis que mostraremos aqui são para conversões através do WhatsApp, Telegram ou Direct, mas a ideia para qualquer outro ponto de conversão é a mesma.

Se você vendeu o conteúdo inicial ou o order bump 1, o funil é esse:



Existe uma exceção para o valor do downsell 1 no caso da venda do order bump 1. Nesse caso, o valor do downsell 1 deve ser a diferença de preço entre o order bump 1 e order bump 2.

Se você conseguiu vender o order bump 2, o funil é esse:



Lembre-se: o downsell 1 é o complemento do que não foi vendido nas etapas anteriores. Logo, se você vendeu o order bump 2 e o upsell, não há downsell 1.

Se você não vendeu o conteúdo inicial, não vendeu o order bump 1 e não vendeu o order bump 2, o funil é esse:



Com isso, você tem todas as ferramentas necessárias para vender com o maior aproveitamento possível.

Combine esse funil com uma copy que também ajude a aumentar o valor da promessa e veja suas vendas decolarem.

