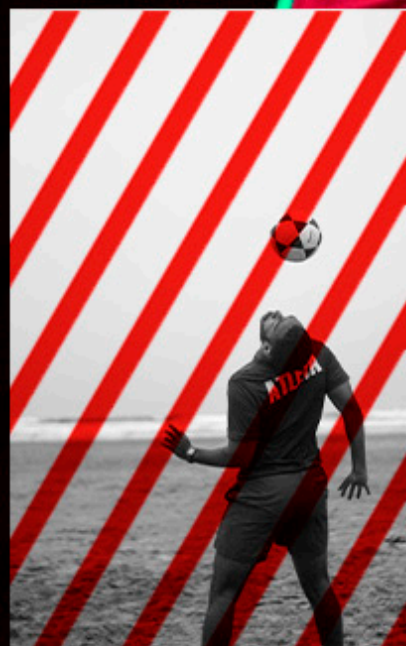
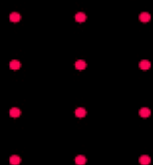


6EM30
**PRÓXIMO
NÍVEL**



6 PILARES BÁSICOS PARA CONSTRUIR UM PRODUTO DIGITAL DO ZERO E FAZER SUAS PRIMEIRAS VENDAS

(MESMO QUE VOCÊ NUNCA
TENHA CONSEGUIDO VENDER
NADA NA INTERNET)



Se você ainda não consegue viver exclusivamente de vendas pela internet, não se preocupe – a culpa não é sua.

Você provavelmente pensava que, para ganhar dinheiro de verdade, era preciso encontrar um produto perfeito para se afiliar...

Ou ter uma ideia completamente exclusiva de um produto que não existe ainda...

Ou fazer uma parceria com um influencer que tem milhares de seguidores...

Quando, na verdade, você não precisa de nada disso.

Tudo que você precisa para ganhar dinheiro na internet é de um produto simples, que resolve um problema real e que gere uma transformação duradoura.

Como você verá a seguir, criar um produto dentro desses padrões é muito mais fácil do que você pensa.

Exige dedicação e esforço, sim, mas não é difícil...

E o melhor de tudo é que quando você consegue, você tem uma fonte de renda abundante...

Um produto que resolve um problema real, se estruturado da maneira correta, funciona por anos...

E pode até se transformar em uma fonte de renda passiva: seu trabalho será gerar tráfego para ele e pronto... Você verá as vendas caindo.

Agora vamos ao que interessa...

Chegou a hora de mostrar como você pode construir seu produto digital do zero... Um produto com alto potencial de vendas, que você conseguirá escalar até os múltiplos cinco (ou até seis) dígitos de faturamento.

É importante frisar que o produto que eu vou te ensinar a construir é um produto perpétuo, que vende todos os dias.

Não estou falando de produtos de lançamento, combinado?!

Então vamos à estruturação.

Antes de tudo, é importante que você saiba que existem seis pilares básicos para a construção de qualquer produto.

São seis pilares simples, mas que você precisa executar de maneira estratégica para conseguir resultados de alto nível no mercado digital.

A maioria das pessoas que não conseguem bons resultados negligenciam algum (ou alguns...) desses pilares.

Eu aconselho que você não faça isso.

Seja criterioso em cada detalhe.

Quanto melhor for o seu planejamento, mais fácil será vender o seu produto depois...
Confia em mim.

Então vamos ao primeiro pilar.

PILAR 1:

A ESCOLHA DO NICHOS

Antes de definir qual produto você criará, é importante que você seja assertivo na escolha do seu nicho de atuação.

Nunca (eu disse NUNCA!) escolha um nicho porque você pensa que ele dá dinheiro ou porque você acha que ele é pouco concorrido...

Você pode até estar certo nas suas suposições, mas a lucratividade e o tamanho da concorrência não são fatores que vão determinar o seu sucesso em um determinado mercado.

O que vai determinar o seu sucesso em um nicho é o quanto você gosta dele... É sua familiaridade... É o seu conhecimento... É o quanto você gosta de estudar sobre ele...

Assim, você consegue construir um produto realmente interessante e consegue trabalhar com ele por longos anos sem que o trabalho se torne chato e massante.

Vou dar um exemplo.

Eu sei que o nicho de finanças é muito, muito lucrativo... Mas é um nicho que eu não tenho o menor apreço.

Eu não entendo, não gosto de ler sobre, não tenho familiaridade nenhuma... Então eu jamais trabalharia com isso, por mais lucrativo que seja.

Entende o ponto que eu quero chegar?

Se você escolher um nicho pensando apenas no dinheiro “fácil” que você vai ganhar, você pode acabar perdendo dinheiro no longo prazo... porque, eventualmente, você pode acabar cansando do assunto.

O melhor, então, é definir um nicho que você realmente goste.

Não precisa ser o nicho que você atua profissionalmente... Pode ser algo que você tenha como hobby (como culinária, meditação, artesanato... não importa).

O importante é que você tenha certeza que:

- 1- Esse é um nicho que você gosta;
- 2- Esse é um nicho que você entende bem;
- 3- Esse é um nicho que você poderia trabalhar por alguns anos sem se cansar.

E não se preocupe caso o nicho que você escolha seja muito concorrido.

Na verdade, esse é um bom sinal... É indício de que existe muita demanda sobre aquele assunto.

“Ah, Micha, mas eu sou pequeno... Se eu entrar em um nicho muito concorrido, a concorrência vai me engolir...”

Confia em mim: você não precisa se preocupar com isso.

Se você souber como trabalhar bem em cima de um problema e um desejo da sua audiência, você vai conseguir vender (e não existe concorrência que te impeça...).

Fique despreocupado. Esse é o terceiro pilar que eu vou te mostrar hoje, você vai ver em alguns minutos...

Agora, vamos ao segundo pilar: a pesquisa.

PILAR 2: PESQUISE SUA AUDIÊNCIA

Esse é um dos pilares mais importantes de todo o processo.

Ainda assim, é um dos mais negligenciados.

Pular a etapa da pesquisa pode matar todo o sucesso que você poderia ter com seu produto... Por isso, **NÃO PULE!**

Se você quer criar um produto que será um líder de vendas, você precisa criar um produto que resolva um problema real da sua audiência.

Um problema comum, que muitas pessoas têm... Assim, você terá uma grande demanda pela sua solução.

Nesse segundo pilar para a construção de produtos com alto potencial de vendas, é importante que você tenha dois objetivos em mente: listar os piores problemas e os maiores desejos da sua audiência.

Você pode buscar referências em vários lugares, como:

- Grupos de Facebook
- Grupos de Whatsapp
- Eventos da área
- Reclame Aqui
- Amazon
- Google
- Pesquisas internas
- Comentários em anúncios de concorrentes e muito mais...

O importante é que você tenha clareza absoluta dos problemas que tiram o sono do seu cliente.

Quando você fizer isso, você conseguirá descobrir quais são os desejos mais profundos do seu público.

A partir daí, você terá várias ideias de produtos.

Agora, alguns pontos importantes:

1- Não queira abraçar todos os desejos do seu público com um único produto. Isso vai matar a sua conversão.

2- Escolha um problema específico para trabalhar. Um único problema. Depois, crie um produto que solucione essa dor.

Os produtos que mais vendem são aqueles que resolvem problemas urgentes, que as pessoas têm com frequência.

Um exemplo que eu sempre gosto de dar é sobre os cursos que ensinam recém nascidos a dormir.

Uma mãe que tem um bebê que não dorme em casa tem um problema urgente. É por isso que os produtos que resolvem essa questão vendem tão bem...

Seu trabalho, então, é encontrar um problema com uma urgência tão grande quanto esse no seu nicho.

Feito isso, vamos ao terceiro pilar: a criação do produto.

PILAR 3:

A CRIAÇÃO DO PRODUTO

Todo produto existe para solucionar um problema. Escolha um problema que você quer trabalhar e crie um produto que seja a solução dele.

Quanto maior (e mais frequente) for esse problema, melhor. Assim, você terá uma grande demanda pela sua solução e será bem mais fácil vender.

Problema definido, é hora de criar a solução.

O primeiro passo é definir o formato de entrega do seu produto: será um e-book? Serão videoaulas? Você vai aparecer? Você vai trabalhar com algum outro especialista?

Meu conselho: separe um dia da sua agenda para criar o produto do início ao fim.

Sente da cadeira e só levante quando o produto estiver pronto... Assim, você garante que não será trapaceado pela procrastinação ou pelo perfeccionismo.

Preocupe-se em criar um bom produto, que realmente solucione o problema do seu cliente. Mas coloque um prazo limite para terminar.

Eu gosto muito do prazo de um dia... E aconselho que você tente.

Se achar curto demais, aumente para dois ou três. Nunca mais que isso... Caso contrário, você pode cair na armadilha da perfeição.

O importante é que você faça o seu melhor nas condições que você tem.

Depois de fazer as primeiras vendas e receber os primeiros feedbacks, você começa a aprimorar a sua entrega.

Produto pronto, é hora de criar a oferta e começar a vender.

PILAR 4:

CRIE UMA OFERTA IRRESISTÍVEL

Vamos ao quarto pilar: é hora de criar uma oferta irresistível!

Depois de criar a solução para o maior problema do seu público-alvo, você precisa criar uma página de vendas que seja atraente o suficiente para que seu potencial cliente entre e compre, sem pensar duas vezes.

Você precisa ter em mente que você tem uma única chance para chamar e prender a atenção do seu público, então é importante que você seja cirúrgico na construção da sua página de vendas.

É necessário entregar muitas informações para fazer uma venda...

Por isso, explique com detalhes o problema, prometa uma maneira de solucioná-lo, prove que sua promessa pode ser cumprida, proponha uma oferta (com um valor que seja muito maior que o preço que você está cobrando) e quebre todas as objeções que possam aparecer.

Quando for escrever sua página, é importante que você já tenha definido uma boa promessa – que seja atrativa o suficiente pra pessoa ler e se interessar de cara.

O grande segredo de uma página de vendas é exatamente esse: saber como definir a melhor promessa possível daquele produto.

Você pode fazer isso se perguntando: qual problema o produto resolve? O que a pessoa vai conquistar quando aplicar o que você ensina? Quais transformações ela terá? Como a vida dela vai mudar?

Se você definir uma boa promessa e conseguir sustentá-la ao longo de toda a página, seu produto vai vender muito bem.

Página de vendas feita, é hora de testá-la.

Isso nos leva ao quinto pilar: o tráfego.

PILAR 5:

ALCANCE SEU PÚBLICO

Seu público não vai encontrar o seu produto sozinho.

Na verdade, isso pode até acontecer... Mas é assunto pra outra hora.

O ponto, aqui, é que você precisa levantar possíveis fontes de tráfego para sua página de vendas.

A princípio, você não precisa necessariamente investir em anúncios para conseguir vender.

É claro que os resultados serão melhores e mais rápidos dessa forma, mas se você não tem verba para investir no começo, não tem problema... Você consegue levar tráfego pro seu site de outras formas.

É possível divulgar seu produto em grupos do Facebook (nos mesmos que você utilizou na fase da pesquisa), por exemplo...

Assim que você fizer suas primeiras vendas, eu aconselho fortemente que você reinvesta o dinheiro das comissões em anúncios...

O tráfego pago é, sem sombra de dúvidas, a maneira mais simples e rápida pra escalar o faturamento de qualquer negócio digital, então é importante que você comece o quanto antes.

Ainda no âmbito do tráfego, tenho um ponto importante para ressaltar (que muita gente não sabe): nem sempre a pessoa que tem um problema sabe que aquele problema existe.

Muitas vezes, ela só sente as consequências que o problema gera, mas não sabe exatamente o que está causando aquilo.

É por isso que você precisará ter diferentes tons de comunicação com o público.

As pessoas mais fáceis de serem convertidas são aquelas que tem urgência pra resolver um problema específico. Elas já sabem que têm um problema e estão procurando uma forma de solucioná-lo.

Então, na hora de anunciar pra essas pessoas, basta ir direto ao ponto. Como no caso do produto que ensina recém nascidos a dormir...

Mas existem algumas pessoas que não sabem que têm um problema, elas só sentem as consequências daquilo.

Vou dar um exemplo pra ficar mais claro: suponha eu tenha um produto de meditação que tem como objetivo acabar com a ansiedade.

Nem todo mundo que sofre com ansiedade sabe qual é a raiz do problema.

As pessoas que procrastinam, por exemplo. Esse é um forte sintoma de pessoas ansiosas, mas não é todo mundo que sabe disso.

Se fizer um anúncio dizendo que eu tenho um produto que acaba com a ansiedade, essa pessoa não vai se interessar. Afinal, ela não sabe que tem aquele problema.

Pra eu conseguir vender o meu curso pra ela, primeiro, eu vou precisar aumentar a consciência dela de que procrastinação pode ser uma consequência da ansiedade.

O meu estímulo inicial não será a ansiedade, e sim a procrastinação.

Deu pra entender?!

Espero que sim...

Se você quiser saber melhor sobre os diferentes modos de se comunicar com seu público, sugiro que você pesquise sobre os “níveis de consciência do cliente” no Google...

Eu não vou listar e explicar todos aqui para não me estender demais, mas é importante que você conheça e aplique essas técnicas na sua estratégia de tráfego e conteúdo.

PILAR 6:

OTIMIZE SUA ESTRUTURA

Por fim, vamos ao sexto e último pilar: a otimização.

Não espere ter excelentes resultados na primeira vez que você tentar vender o seu produto, porque isso, muito provavelmente, não vai acontecer.

Desculpe se te desanimei, mas eu preciso ser sincero...

O importante, na sua primeira tentativa, é que você saiu da inércia, criou um produto e levou tráfego até ele. Depois disso, é preciso dar início às otimizações.

Pra ter sucesso nas suas vendas, você precisa se preocupar com três pontos principais: produto, audiência e conversão.

O objetivo principal é alinhar o produto com as dores e desejos do público, aumentar o volume de tráfego que você leva pra página de vendas e melhorar o processo de conversão do seu funil atual.

E é aí que entra o jogo de alto nível...

Uma boa estrutura de produto perpétuo pode gerar múltiplos cinco, ou até seis dígitos de faturamento todos os meses. Mas, para isso, é preciso fazer coisas que a maioria das pessoas não fazem...

A boa notícia é que quando você acerta a mão na sua estrutura, você consegue escalar o seu faturamento em uma velocidade absurda...

Foi como eu disse no início da aula: quando você constrói um produto vencedor e consegue alinhar a comunicação dele pra causar desejo no seu público, você praticamente tem uma fonte de renda passiva...

Seu trabalho será apenas continuar gerando tráfego pra página de vendas... E ver as vendas caindo dia após dia.

Parece fácil na teoria... E realmente é.

O grande problema é que a maioria das pessoas ainda pensa que construir um produto com potencial de ser um líder de vendas é algo difícil.

Elas pensam que é preciso ter uma grande estrutura... Ter um especialista com centenas de milhares de seguidores por trás... Investir muito dinheiro...

E isso é um grande mito.

Vender na internet é mais fácil do que você imagina. E digo mais: é possível ser um produtor digital de sucesso sem sequer ter autoridade no mercado que você atua...

Pensa comigo: seu potencial cliente tem uma grande dor, um grande problema... Um problema que ele já tentou solucionar de diversas maneiras, mas nunca conseguiu...

Se você criar um produto que promete solucionar essa dor, ele vai se interessar.

Tudo que você precisa fazer é convencê-lo de que sua solução funciona...

Você precisa mostrar bons argumentos... Precisa comunicar a transformação de maneira clara, a ponto do público praticamente implorar pra comprar de você...

Depois disso, vem o golpe final: o preço.

Seu produto terá um valor muito alto, mas você não vai cobrar um preço caro por ele...

O produto custará entre 47 a 97 reais. É um ticket baixo...

Ou seja: seu cliente não terá a objeção do valor na hora da compra.

Você vai entregar uma solução de um problema muito grande, por um preço tão baixo, que seria estupidez perder essa oportunidade...

Quando a percepção do valor é muito maior do que o preço cobrado, a venda acontece de forma fácil. E o melhor de tudo: você não precisa de autoridade para vender.

A transformação que você prometeu é tão grande que seu cliente não pensa duas vezes antes de comprar... ainda mais quando o valor é tão baixo.

Agora você deve estar pensando que um produto com ticket tão baixo não gera lucro... E você está completamente errado.

Como eu mostrei no segundo pilar, você precisa encontrar um problema frequente e urgente na sua audiência.

Quanto maior o problema, maior a demanda pela solução. É por isso que esses produtos são tão fáceis de vender.



FORNADA 6EM30
**PRÓXIMO
NÍVEL**