

# Authority Distribution Engine Export

SRT ID: 4d76ec44-7c16-4119-ae39-308fbd693b9

Arquivo: teste srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T17:04:01.493Z

Status atual: done

## Analise narrativa

Tese: Vender o próximo passo, em vez do destino final, constrói o desejo do cliente e aumenta a probabilidade de compra, pois alinha a oferta ao nível de maturidade e percepção de valor do comprador.

Temas:

1. estratégias de vendas
2. jornada do cliente
3. construção de desejo
4. vendas b2b
5. marketing de conteúdo
6. educação do cliente
7. metodologia de vendas
8. engajamento do cliente

Tipo: educacional | Polaridade: 9/10

Problema: Empreendedores e vendedores frequentemente falham ao tentar vender produtos ou serviços complexos (o 'céu' ou a 'Ferrari') para clientes que não possuem o conhecimento ou o desejo prévio para valorizá-los, resultando em não-compra e frustração.

Tensão: Existe uma desconexão entre a percepção de valor do vendedor, que vê o produto como uma solução ideal, e a percepção do cliente, que se sente sobrecarregado ou desinteressado por não ter o 'gosto' ou 'background' desenvolvido para aquela oferta avançada.

Insight: O desejo e a capacidade de apreciar um produto ou serviço complexo precisam ser construídos gradualmente. É mais eficaz vender o 'próximo passo' lógico e acessível para o cliente, permitindo que ele desenvolva o 'gosto' e a compreensão antes de apresentar a solução completa.

Aplicação: Vendedores devem identificar o estágio atual do cliente e oferecer soluções incrementais que o ajudem a progredir, como uma planilha para quem usa papel, antes de propor um software completo. Essa abordagem constrói fidelidade, autoridade e recorrência, transformando a jornada de compra em uma escalada de valor.

Recomendações:

1. Estruturar o conteúdo com exemplos mais variados de setores, além de software e consultoria, para ampliar a aplicabilidade.
2. Adicionar um framework visual para a metodologia do 'próximo passo', facilitando a compreensão e memorização.
3. Incluir dados ou estudos de caso que corroborem a eficácia da abordagem de vendas gradual.
4. Desenvolver um call to action claro ao final, direcionando o público para uma ferramenta ou recurso que aplique o conceito.
5. Explorar a diferença entre 'próximo passo' e 'micro-conversões' para refinar a estratégia de vendas.
6. Apresentar cenários de como lidar com clientes que já possuem um nível de maturidade mais elevado, mas ainda resistem à compra.

## Fontes internas por bloco

Bloco: thesis

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.425: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.384: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: topics[0]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.610: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.610: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.

Bloco: topics[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.610: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.610: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: topics[2]

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.610: E qualquer processo na vida e essa construção tu pega, faz o gosto para a pessoa, tu começa a mostrar para ela que é bom aquilo, para ela querer comprar, para ela estudar por si próprio, falar não, isso realmente vale

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: topics[3]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.780: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.780: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.

Bloco: topics[4]

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.220: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: topics[5]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.610: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.610: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: topics[6]

- seg 133 (00:09:44.067 -> 00:09:47.100) score 1.000: Então, essa é a metodologia que tem que ter de vendas. Não tem? Três

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.610: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a

pessoa.

Bloco: topics[7]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.610: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.610: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: recommendations[0]

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.376: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.298: porque eu não sou, porque eu tenho um software. O meu software pode ser o mais forte do mundo, pode ser o melhor, pode ser a Ferrari do setor. Mas se eu vejo que o cara está precisando de

Bloco: recommendations[1]

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.393: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.393: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

Bloco: recommendations[2]

- seg 29 (00:01:53.267 -> 00:02:01.300) score 0.307: toma vinho constantemente, ele vai tomar aquele vinho e falar assim Não, o cara tem muito diferente por causa disso. Aqui, no caso de IDEs,

- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.307: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: recommendations[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.291: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.291: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: recommendations[4]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.393: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.393: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: recommendations[5]

- seg 12 (00:00:55.267 -> 00:00:58.167) score 0.291: e no fim ele não compra IT. Daí tu pensa cara,

- seg 51 (00:03:25.067 -> 00:03:27.067) score 0.291: por que não pegou gosto por aquilo ainda?

Bloco: structure.problem

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.302: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.302: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Bloco: structure.tension

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.343: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.302: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: structure.insight

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.383: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.350: o meu software, se meu serviço atende todos os níveis, eu vou vender o próximo passo focar. E depois de vender o próximo passo, ouvindo mais um passo e depois havendo mais um passo, eu construo com ele uma empresa.

Bloco: structure.application

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.328: Eu queria fidelidade, que eu queria a autoridade que eu queria recorrência. Então faça esse processo. Não tente empurrar uma coisa só porque tu acha que é boa e tu acha que vai ser bom pro cliente.

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.274: e a pessoa compra o produto, mas entrada, depois compra mentoria. E esse é o processo da escalada, é tu fazer a pessoa ter gosto por aquilo, tu criar esse gosto na pessoa

Bloco: retentionMoments[0].text

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 1.000: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.532: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: retentionMoments[0].whyItGrabs

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.291: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.291: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: retentionMoments[1].text

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.507: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.384: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: retentionMoments[1].whyItGrabs

- seg 7 (00:00:25.333 -> 00:00:29.600) score 0.298: Então vamos pensar na situação que eu acho que tu já deve ter passado por isso.

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.298: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: retentionMoments[2].text

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.708: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.512: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.

Bloco: retentionMoments[2].whyItGrabs

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.220: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: retentionMoments[3].text

- seg 38 (00:02:36.200 -> 00:02:39.833) score 0.587: Então, basicamente o que eu estou querendo falar é que não adianta tentar vender

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.495: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: retentionMoments[3].whyItGrabs

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.307: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.

- seg 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.307: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

Bloco: retentionMoments[4].text

- seg 48 (00:03:11.000 -> 00:03:17.467) score 0.454: Não cara, eu colocar um sistema para ti que vai puxar todas as tuas notas, já vai fazer isso, vai pegar o seu custo fixo e já vai dividir por área e fazer aquilo, aquilo, aquilo, aquilo.

- seg 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.423: Entrada e saída todo o dinheiro dele ali, de gerencial ele faz na mão, ele pega uma folha de papel e começa a notar isso, aquilo lá lá lá

Bloco: retentionMoments[4].whyItGrabs

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.291: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.291: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

Bloco: retentionMoments[5].text

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.629: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu falo cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.294: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: retentionMoments[5].whyItGrabs

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.291: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.291: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: retentionMoments[6].text

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.837: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.448: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

Bloco: retentionMoments[6].whyItGrabs

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.285: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.285: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: retentionMoments[7].text

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.695: Eu queria fidelidade, que eu queria a autoridade que eu queria recorrência. Então faça esse processo. Não tente empurrar uma coisa só porque tu acha que é boa e tu acha que vai ser bom pro cliente.

- seg 134 (00:09:47.167 -> 00:09:52.900) score 0.457: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

Bloco: retentionMoments[7].whyItGrabs

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.433: Eu queria fidelidade, que eu queria a autoridade que eu queria recorrência. Então faça esse processo. Não tente empurrar uma coisa só porque tu acha que é boa e tu acha que vai ser bom pro cliente.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: editorialAngles[0].angle

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.223: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.223: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

Bloco: editorialAngles[0].whyStronger

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.291: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.291: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.

Bloco: editorialAngles[1].angle

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.554: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.331: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: editorialAngles[1].whyStronger

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.291: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.291: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: editorialAngles[2].angle

- seg 133 (00:09:44.067 -> 00:09:47.100) score 0.443: Então, essa é a metodologia que tem que ter de vendas. Não tem? Três

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.331: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: editorialAngles[2].whyStronger

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.307: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.307: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: editorialAngles[3].angle



- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.610: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,
- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.480: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: editorialAngles[3].whyStronger

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.272: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.272: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho

Bloco: editorialAngles[4].angle

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.480: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,
- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.350: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: editorialAngles[4].whyStronger

- seg 29 (00:01:53.267 -> 00:02:01.300) score 0.291: toma vinho constantemente, ele vai tomar aquele vinho e falar assim Não, o cara tem muito diferente por causa disso. Aqui, no caso de IDEs,
- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.291: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: weakSpots[0].issue

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.376: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o
- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.376: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho

Bloco: weakSpots[0].why

- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.276: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho
- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.276: Nesse momento ele começa a ter gosto apurado por muito tempo. Tem essa fórmula, tem isso, tem esse programa, porque daí o cara começa a estudar sobre ele, começa a pesquisar sobre aquilo

Bloco: weakSpots[1].issue

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.220: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: weakSpots[1].why

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.340: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria
- seg 44 (00:02:53.600 -> 00:02:57.200) score 0.280: vamos construir a financeira primeiro esse exemplo, o cara vai lá

Bloco: weakSpots[2].issue

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.220: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: weakSpots[2].why

- seg 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.280: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.280: São poucas as pessoas que estão lá atrás e já estão pensando lá na frente. Elas nem pensar no próximo passo. Imagina dez passos para frente.

Bloco: weakSpots[3].issue

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.610: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.415: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: weakSpots[3].why

- seg 105 (00:07:59.133 -> 00:08:03.267) score 0.350: tem empresários, são mais sonhadores que vão comprar, mas a maioria só quer isso para mim.

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.307: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

## Reels

### Clip 1: Nao venda o ceu para quem nunca viu as estrelas

Janela: 00:00:00.000 -> 00:00:29.600

Legenda: Muitos empreendedores erram ao tentar vender a solucao final para clientes que ainda nao estao prontos. O segredo e construir o desejo passo a passo, educando o cliente sobre o valor do seu produto ou servico. Comece oferecendo o proximo passo logico, algo que resolva uma dor imediata e prepare o terreno para a solucao completa. Isso cria um caminho de valor, onde o cliente desenvolve o 'gosto' e a necessidade pelo que voce oferece. Qual o proximo passo que seu cliente precisa dar?

Comente abaixo e vamos construir essa jornada juntos!

Hashtags: #vendasinteligentes #estrategiadevendas #jornadadocliente #marketingdigital #vendasb2b #empreendedorismo #proximopasso #construcaodedesejo

Porque funciona: Este corte utiliza uma metáfora impactante para ilustrar um erro comum em vendas, gerando identificação imediata. A promessa de uma solução prática para um problema recorrente engaja o público, que busca formas de otimizar suas vendas. O CTA direciona para interação, aumentando o engajamento e a visibilidade.

Scores: hook 9 | clareza 9 | retencao 8 | share 9

### Clip 2: Seu cliente nao comprou? Nao e culpa dele!

Janela: 00:00:29.733 -> 00:00:58.167

Legenda: Voce ja se dedicou a uma apresentacao, mostrou todos os beneficios do seu produto, provou que ele traria retorno financeiro e, no final, o cliente nao comprou? A frustracao e real, mas a culpa pode nao ser do cliente. Muitas vezes, tentamos vender a 'Ferrari' para quem ainda esta aprendendo a dirigir. O desejo e o 'gosto' por uma solucao complexa precisam ser construidos. Se o cliente nao tem o background para valorizar sua oferta, ele simplesmente nao vera o sentido. Pare de culpar o cliente e comece a construir o desejo. Quer saber como? Deixe um 'sim' nos comentarios!

Hashtags: #vendasb2b #frustracaoemvendas #entendimentodocliente #estrategiadevendas #marketingdeconteudo #educacaodocliente #vendasconsultivas #negocios

Porque funciona: O corte aborda uma dor comum de vendedores e empreendedores, gerando alta identificação. A provocação de que 'a culpa não é do cliente' desafia a percepção usual, incentivando a audiência a buscar a resposta. O CTA direto para 'sim' facilita a interação e aumenta o alcance.



Scores: hook 9 | clareza 8 | retencao 8 | share 9

### **Clip 3: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida.**

Janela: 00:01:25.633 -> 00:01:53.167

Legenda: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o cara te dá um vinho de 1.000 € até aquele vinho e vai tomar, pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho talvez tome um de 200 R\$, um de 50 R\$, um de 20 R\$. Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$. Mas quem Comenta sua maior trava que eu trago o proximo passo. Siga para mais recortes praticos.

Hashtags: #vendascomplexas #produtodevalor #posicionamentodemercado #estrategiadevendas #marketingestrategico #vendasb2b #desenvolvimentodemercado #empreendedorismo

Porque funciona: A abertura trabalha gancho claro com frase de impacto: "Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida.". O trecho tem sinal concreto que aumenta credibilidade e favorece compartilhamento. O CTA final direciona uma acao objetiva para transformar atencao em interacao qualificada.

Scores: hook 9 | clareza 8 | retencao 8 | share 9

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: clips[0].title

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.610: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.415: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: clips[0].caption

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.301: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.301: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: clips[0].whyItWorks

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.276: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.248: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: clips[1].title

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.415: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 15 (00:01:01.267 -> 00:01:03.333) score 0.415: E por que ele não comprou de mim?

Bloco: clips[1].caption

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.286: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.270: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: clips[1].whyItWorks

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.254: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.254: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: clips[2].title

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 1.000: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o
- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.554: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: clips[2].caption

- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.226: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho
- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.185: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: clips[2].whyItWorks

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.415: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o
- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.331: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

## Newsletter

Headline: Venda o Próximo Passo, Não o Destino Final: Estratégia para Despertar o Desejo do Cliente e Aumentar Conversão

Subheadline: Em vendas B2B, a desconexão entre a percepção de valor do vendedor e a maturidade do cliente impede a compra. Aprenda a construir o desejo gradualmente, oferecendo soluções incrementais que alinham sua oferta à jornada do comprador e aumentam a conversão.

### Secao 1: Intro

Empreendedores e vendedores frequentemente se deparam com uma frustração comum: um produto ou serviço robusto, com benefícios claros e um retorno de investimento evidente, mas que não converte. A apresentação detalhada dos ganhos financeiros, da redução de custos e da otimização operacional não é suficiente. O cliente ideal, aquele que mais se beneficiaria, não compra. A questão não é a qualidade da oferta, mas a forma como ela é apresentada. Existe uma falha em reconhecer que o desejo e a capacidade de apreciar uma solução complexa são construídos, não inatos. Tentar vender o 'céu' para quem ainda não compreende as 'estrelas' gera resistência, não engajamento. Esta abordagem ignora a progressão lógica da maturidade do cliente, resultando em oportunidades perdidas e ciclos de vendas prolongados.

### Secao 2: Insight: A Construção do Paladar e o Efeito Ferrari: Alinhando a Oferta à Maturidade do Cliente

O paladar, o gosto e o desejo por algo complexo precisam ser construídos. Assim como um apreciador de vinhos desenvolve a capacidade de distinguir nuances entre um vinho de 1.000 euros e um de 100 reais, o cliente precisa de um 'background' para valorizar uma solução avançada. A causa da não-compra reside na ausência dessa construção gradual. Se o cliente não tem o 'gosto' apurado, a oferta mais sofisticada parece inacessível ou desnecessária. Muitas empresas veem seu produto como a 'Ferrari' do setor, a solução definitiva. No entanto, apresentar essa 'Ferrari' a um cliente que ainda gerencia suas finanças em uma folha de papel pode ser contraproducente. O efeito é o susto, a sensação de que 'isso não é para mim' ou 'minha empresa é pequena demais'. A causa é a distância entre o estágio atual do cliente e a complexidade da oferta. A consequência é a perda da venda, mesmo que o produto seja, de fato, benéfico. A implicação prática é que a venda deve focar em educar e desenvolver esse paladar, em vez de

apenas apresentar o produto final. Isso alavanca a percepção de valor e prepara o terreno para compras futuras.

### **Secao 3: Insight: A Escalada de Valor: Do Próximo Passo às Micro-Conversões**

A venda do próximo passo lógico e acessível é uma estratégia de escalada de valor. Para um cliente que usa papel para controle financeiro, o 'próximo passo' não é um software de gestão completo, mas talvez uma planilha Excel com um template. Isso permite que ele experimente um benefício imediato (organização, redução de erros) sem a barreira de entrada de um sistema complexo. O mecanismo é a micro-conversão: cada passo bem-sucedido constrói confiança, autoridade e, mais importante, o 'gosto' pelo aprimoramento. A diferença entre 'próximo passo' e 'micro-conversão' reside na intencionalidade. O 'próximo passo' é a oferta incremental que move o cliente adiante na jornada, enquanto a 'micro-conversão' é a ação específica e mensurável que valida o interesse e o engajamento do cliente com essa oferta. Por exemplo, o 'próximo passo' pode ser oferecer um template de planilha, e a 'micro-conversão' é o download e o uso efetivo desse template. Esta abordagem resulta em uma jornada de compra mais longa, mas com maior fidelização e recorrência, pois o cliente se torna um parceiro na construção de sua própria evolução.

### **Secao 4: Aplicacao**

1. Identifique o estágio atual do cliente: Compreenda onde o cliente está em sua jornada, quais ferramentas ou processos ele utiliza e qual o nível de maturidade de sua operação. Por exemplo, um pequeno e-commerce que gerencia pedidos via WhatsApp versus um que já usa uma plataforma básica de e-commerce.
2. Mapeie o 'próximo passo' lógico e tangível: Defina a menor solução incremental que traga valor imediato e perceptível. Para o e-commerce que usa WhatsApp, o próximo passo pode ser um sistema de gestão de pedidos simplificado, não um ERP completo com integração de estoque e CRM.
3. Crie ofertas de entrada de baixo risco e alto valor percebido: Desenvolva produtos ou serviços que sirvam como 'degraus' para a solução completa. Isso pode ser um mini-curso sobre 'Otimização de Anúncios para Pequenos Negócios' para um cliente que busca consultoria de marketing digital, antes de oferecer um programa de gestão de tráfego pago de alto valor.
4. Eduque o cliente sobre o benefício imediato e específico: Foque em como o 'próximo passo' resolve uma dor pontual, não em todas as funcionalidades do produto final. Para o e-commerce, destaque a redução de erros em pedidos e a agilidade na comunicação com o sistema de gestão de pedidos.
5. Utilize conteúdo como ferramenta de 'paladar' e micro-conversão: Ofereça materiais educativos (webinars, templates, guias, checklists) que ajudem o cliente a desenvolver o desejo e a compreensão. Um guia 'Checklist para Lançar seu Primeiro Produto Digital' pode ser o 'próximo passo' para um criador de conteúdo que ainda não monetiza sua audiência, com a micro-conversão sendo o download e a aplicação do checklist.
6. Monitore a progressão do cliente e o engajamento com micro-conversões: Acompanhe o uso das soluções de entrada para identificar o momento certo de apresentar o próximo nível. Se o cliente utiliza consistentemente o sistema de gestão de pedidos simplificado, é o momento de apresentar funcionalidades de controle de estoque ou integração com transportadoras.
7. Treine sua equipe de vendas para a venda consultiva gradual e identificação de micro-conversões: Capacite-os a identificar necessidades específicas e propor soluções incrementais, não apenas o produto carro-chefe. O foco deve ser em resolver o problema imediato do cliente e guiar sua evolução, não em fechar a venda mais cara no primeiro contato.

### **Secao 5: CTA**

Quer aplicar a metodologia do 'próximo passo' e as micro-conversões para escalar suas vendas? Baixe nosso framework exclusivo 'Mapa da Escalada de Valor do Cliente: Do Primeiro Contato à Fidelização'. Este guia prático inclui um checklist operacional e exemplos de ofertas de entrada para diferentes níveis de maturidade do cliente. Acesse agora e transforme sua abordagem de vendas em um processo de crescimento contínuo.

## Fontes internas por bloco

Bloco: headline

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.567: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.480: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: sections[0].text

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.279: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.264: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: sections[1].title

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.415: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.415: E qualquer processo na vida e essa construção tu pega, faz o gosto para a pessoa, tu começa a mostrar para ela que é bom aquilo, para ela querer comprar, para ela estudar por si próprio, falar não, isso realmente vale

Bloco: sections[1].text

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.272: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: sections[2].title

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.443: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.443: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: sections[2].text

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.277: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,
- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.263: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Bloco: sections[3].title

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.415: e a pessoa compra o produto, mas entrada, depois compra mentoria. E esse é o processo da escalada, é tu fazer a pessoa ter gosto por aquilo, tu criar esse gosto na pessoa
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: sections[3].text

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.290: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.290: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: sections[4].bullets[0]

- seg 102 (00:07:50.533 -> 00:07:56.133) score 0.350: porque daí eu entro na loja com ele, o cara não está fazendo isso aqui hoje só com o meu software tu consegue isso aqui a partir de amanhã,
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.285: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: sections[4].bullets[1]

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.415: É o próximo passo. Lógico, Eu faço no papel dele fazendo o PC para ele me ajudar a não errar nos cálculos e para dar alguma coisinha,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.415: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: sections[4].bullets[2]

- seg 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.285: Entrada e saída todo o dinheiro dele ali, de gerencial ele faz na mão, ele pega uma folha de papel e começa a notar isso, aquilo lá lá lá
- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.285: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: sections[4].bullets[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.387: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.387: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: sections[4].bullets[4]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.272: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.272: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: sections[4].bullets[5]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.350: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.350: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: sections[4].bullets[6]

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.376: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.
- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.324: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.

Bloco: sections[5].text

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.376: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,
- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.324: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

## LinkedIn

Hook: Vender o "destino final" para um cliente que ainda não "sonhou" com ele é o erro mais comum e custoso em vendas B2B. A maioria dos empreendedores e vendedores falha ao tentar empurrar a Ferrari para quem nem sequer aprendeu a dirigir, resultando em frustração e perda de negócios. A chave está em vender o próximo passo, não o salto quântico.



Corpo:

1. Muitos de nós já passamos por isso: identificamos o cliente ideal, apresentamos um produto ou serviço que sabemos ser transformador, detalhamos todos os benefícios, provamos o retorno sobre o investimento e, no final, a venda não acontece. A sensação é de que o cliente "não entendeu" ou "não valorizou" a oferta.
  2. Essa desconexão ocorre porque o desejo e a capacidade de apreciar uma solução complexa precisam ser construídos. Assim como ninguém compra um vinho de 1.000 euros sem antes desenvolver o paladar, poucos clientes estão prontos para abraçar uma solução "Ferrari" sem um background que justifique tal investimento.
  3. O cliente que hoje gerencia suas finanças em uma folha de papel não vai, de imediato, enxergar valor em um software de automação financeira completo. Apresentar todas as funcionalidades avançadas pode assustá-lo, fazendo-o concluir que "isso não é para mim" ou "minha empresa não precisa disso".
  4. A estratégia eficaz é vender o "próximo passo lógico". Para o cliente da planilha, o próximo passo pode ser uma planilha Excel mais robusta, um template que organize melhor seus dados ou uma consultoria inicial para estruturar processos básicos. Isso o ajuda a "pegar gosto" pela organização e automação.
  5. Ao oferecer soluções incrementais, você educa o cliente, constrói sua percepção de valor e o prepara para soluções mais avançadas. Ele começa a entender os benefícios, a sentir a necessidade de otimização e, gradualmente, desenvolve o "paladar" para a sua solução completa.
  6. Essa abordagem não apenas aumenta a probabilidade de conversão a longo prazo, mas também estabelece sua autoridade e gera fidelidade. Você se torna um parceiro que guia o cliente em sua jornada de evolução, em vez de um vendedor que tenta forçar uma venda.
  7. Mesmo que seu produto seja a "Ferrari do setor", adapte sua comunicação. Identifique o estágio atual do seu cliente e ofereça a funcionalidade ou o módulo que representa o próximo passo mais acessível e relevante para ele. Venda a próxima integração, não o sistema inteiro.
  8. É sua obrigação moral vender uma solução que realmente ajuda o cliente. Mas essa obrigação inclui a responsabilidade de apresentá-la de forma que ele possa compreendê-la e valorizá-la. Não tente vender dez passos à frente quando ele só está pronto para o próximo.
- CTA: Qual "próximo passo" você pode oferecer ao seu cliente hoje para começar a construir o desejo pela sua solução completa? Qual metrica concreta voce vai acompanhar na proxima semana?

## Fontes internas por bloco

Bloco: hook

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.126: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.101: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: body[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.345: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.314: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Bloco: body[1]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.274: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.
- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.274: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,



Bloco: body[2]

- seg 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.307: Entrada e saída todo o dinheiro dele ali, de gerencial ele faz na mão, ele pega uma folha de papel e começa a notar isso, aquilo lá lá lá
- seg 89 (00:06:31.133 -> 00:06:36.700) score 0.307: cara faz isso nem funciona na minha empresa. Não faz sentido. Não é para mim ser a pessoa rica e você ter uma empresa grande,

Bloco: body[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.359: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.359: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

Bloco: body[4]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.294: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.
- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.294: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: body[5]

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.322: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.
- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.322: Eu queria fidelidade, que eu queria a autoridade que eu queria recorrência. Então faça esse processo. Não tente empurrar uma coisa só porque tu acha que é boa e tu acha que vai ser bom pro cliente.

Bloco: body[6]

- seg 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.350: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.350: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: body[7]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.433: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.362: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: ctaQuestion

- seg 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.350: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.350: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

## X

Posts avulsos:

1. Vender o 'céu' para quem nunca viu as estrelas? Erro comum. Seu cliente não comprou porque não tem o 'gosto' apurado para sua solução. Construa o desejo, venda o próximo passo.
2. Você tem um produto incrível, mas o cliente não compra. Por quê? Ele não é 'burro'. Ele não construiu o paladar para sua 'Ferrari'. Venda o degrau, não o topo da montanha.
3. O cliente faz anotações em papel. Você oferece um software completo. Ele se assusta. Venda uma planilha Excel. É o próximo passo lógico. Assim se constrói valor e fidelidade.

4. Não tente vender o destino final. Venda o caminho. O cliente precisa construir o gosto pela sua solução, passo a passo. Isso gera autoridade e recorrência, não frustração.
5. Sua solução é boa? É sua obrigação moral vender. Mas se você vende 10 passos à frente, o cliente se assusta. Venda o próximo passo. É a única forma de ele enxergar o valor.
6. A maioria dos clientes não quer o 'sucesso' que você vende, mas o próximo alívio. Entenda o estágio atual dele. Ofereça a solução incremental. É assim que se converte.
7. Vender o próximo passo é educar o cliente. É mostrar o valor gradualmente. É transformar um 'não' em um 'talvez' e, depois, em um 'sim'. Comece pequeno, cresça junto.

Thread:

1. Você tem um produto ou serviço que considera ideal. Encontra o cliente 'perfeito', apresenta todos os benefícios, prova que ele vai ganhar mais dinheiro. E ele não compra.
2. A frustração é real: 'Meu produto é bom, por que ele não comprou?' O problema não é seu produto. É a percepção do cliente. O desejo e o 'gosto' por algo precisam ser construídos.
3. Imagine oferecer um vinho de 1.000 euros a quem nunca tomou vinho. Ele não verá valor. Da mesma forma, seu cliente não vê a 'Ferrari' na sua solução se não tem o 'background' para apreciá-la.
4. Não adianta tentar vender um sonho para quem nem começou a sonhar. É muito mais eficaz vender o próximo passo lógico. Para quem usa papel, ofereça uma planilha. Não um software complexo.
5. Essa abordagem gradual permite que o cliente desenvolva o 'gosto', entenda o valor e se sinta seguro para avançar. Ele não se assusta, ele progride. E você constrói autoridade.
6. Vender o próximo passo não é subestimar seu produto. É alinhar sua oferta à maturidade do cliente. É uma estratégia para construir fidelidade e recorrência a longo prazo.
7. Então, pare de empurrar o destino final. Identifique onde seu cliente está hoje e ofereça o degrau seguinte. É assim que você converte e cria defensores da sua marca.
8. Pense nisso: qual é o 'próximo passo' que você pode oferecer hoje para seus clientes? Compartilhe sua ideia nos comentários e vamos construir essa jornada juntos.

Style note: Posts diretos e provocativos, com foco em analogias e cenários práticos para vendas.

## Fontes internas por bloco

Bloco: standalone[0]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.404: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.404: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: standalone[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.350: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.350: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Bloco: standalone[2]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.449: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,
- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.404: É o próximo passo. Lógico, Eu faço no papel dele fazendo o PC para ele me ajudar a não errar nos cálculos e para dar alguma coisinha,

Bloco: standalone[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.437: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se

assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 134 (00:09:47.167 -> 00:09:52.900) score 0.393: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

Bloco: standalone[4]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.195: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.195: São poucas as pessoas que estão lá atrás e já estão pensando lá na frente. Elas nem pensar no próximo passo. Imagina dez passos para frente.

Bloco: standalone[5]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.318: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.318: É o próximo passo. Lógico, Eu faço no papel dele fazendo o PC para ele me ajudar a não errar nos cálculos e para dar alguma coisinha,

Bloco: standalone[6]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.428: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.428: o meu software, se meu serviço atende todos os níveis, eu vou vender o próximo passo focar. E depois de vender o próximo passo, ouvindo mais um passo e depois havendo mais um passo, eu construo com ele uma empresa.

Bloco: thread[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.443: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.387: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: thread[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.350: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.350: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.

Bloco: thread[2]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.312: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.312: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

Bloco: thread[3]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.449: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.404: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: thread[4]

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.318: Nesse momento ele começa a ter gosto apurado por muito tempo. Tem essa fórmula, tem isso, tem esse programa, porque daí o cara começa a estudar sobre ele, começa a pesquisar sobre aquilo

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.318: E qualquer processo na vida e essa construção tu pega, faz o gosto para a pessoa, tu começa a mostrar para ela que é bom aquilo, para ela querer comprar, para ela estudar por si próprio, falar não, isso realmente vale

Bloco: thread[5]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.428: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.376: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: thread[6]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.350: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.350: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: thread[7]

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.393: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 44 (00:02:53.600 -> 00:02:57.200) score 0.307: vamos construir a financeira primeiro esse exemplo, o cara vai lá

Bloco: notes.style

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.318: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.318: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.