

# Authority Distribution Engine Export

SRT ID: fdc2a8ac-23da-4a0f-853b-1ec8041fd2d3

Arquivo: teste.srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T14:51:04.774Z

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.

Topicos:

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

Tipo: educational | Polaridade: 9/10

Problema: Empreendedores e vendedores frequentemente falham ao tentar vender produtos ou serviços complexos e de alto valor para clientes que não possuem o "gosto" ou o "background" necessário para apreciar a oferta completa, resultando em perda de vendas.

Tensao: A crença do vendedor de que seu produto é intrinsecamente bom e benéfico para o cliente versus a realidade de que o cliente não percebe esse valor por falta de maturidade ou experiência, levando a frustração e vendas não concretizadas.

Insight: O desejo e a percepção de valor são construídos gradualmente. É ineficaz tentar vender o "céu" (destino final) para quem nunca "viu as estrelas" (não tem experiência ou maturidade para o produto completo).

Aplicacao: Vendedores devem focar em vender o "próximo passo" lógico e acessível para o cliente, construindo seu "gosto" e maturidade progressivamente, até que ele esteja pronto para o produto ou serviço completo, estabelecendo assim fidelidade e recorrência.

Recomendacoes:

1. Estruturar o conteúdo com exemplos mais diversos, além de vinho e sushi, para ampliar a aplicabilidade do conceito a diferentes setores.
2. Adicionar um framework visual para a metodologia de 'próximo passo', facilitando a compreensão e memorização do processo.
3. Incluir depoimentos ou casos de sucesso de empresas que aplicaram essa metodologia, validando a eficácia da abordagem.
4. Desenvolver um guia prático ou checklist para vendedores aplicarem o conceito de 'vender o próximo passo' em suas interações diárias.
5. Explorar como a segmentação de clientes pode ser usada para identificar o 'próximo passo' ideal para diferentes perfis de compradores.
6. Integrar o conceito de 'micro-conversões' ou 'pequenas vitórias' para reforçar a ideia de progressão gradual na jornada do cliente.

## 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 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.610: 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: topics[7]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.610: seu 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 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.376: 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 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,

Bloco: recommendations[1]

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.358: 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 0.358: 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: recommendations[2]

- 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,

- 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: recommendations[3]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.400: 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 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.340: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: recommendations[4]

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.280: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.280: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

Bloco: recommendations[5]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.376: 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 0.376: 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,

Bloco: structure.problem

- 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 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.291: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Bloco: structure.tension

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.314: 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 0.314: seu 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: structure.insight

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.340: 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 0.310: seu 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: structure.application

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.321: 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 0.321: 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: 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 0.220: 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[1].text

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.532: seu 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 0.398: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.340: 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 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.280: 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 0.666: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.443: 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 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 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.276: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: retentionMoments[3].text

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.589: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.
- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.507: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: retentionMoments[3].whyItGrabs

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.366: 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 0.269: 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: retentionMoments[4].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[4].whyItGrabs

- 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: retentionMoments[5].text

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.570: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.
- seg 66 (00:04:36.100 -> 00:04:38.733) score 0.354: Então, o que que eu faço? Eu chego com esse cara e faço.

Bloco: retentionMoments[5].whyItGrabs

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.358: 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 0.358: 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: retentionMoments[6].text

- seg 108 (00:08:10.500 -> 00:08:17.967) score 0.645: Ele tem que olhar, fazer a pessoa olhar, fazer a pessoa estudar, fazer a prova, a pessoa vai lá e falar poxa, que realmente é bom isso aqui, eu realmente estou querendo.

- seg 106 (00:08:03.467 -> 00:08:08.500) score 0.539: Então a gente tem que entender que não adianta vender o sucesso se a pessoa não ganhou as estrelas.

Bloco: retentionMoments[6].whyItGrabs

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.269: 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 0.269: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: retentionMoments[7].text

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.610: 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 0.561: 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 0.387: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.331: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: editorialAngles[0].angle

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.260: 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 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.130: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: editorialAngles[0].whyStronger

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.276: 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[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 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.272: 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 0.272: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: editorialAngles[2].angle

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.554: 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 0.443: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: editorialAngles[2].whyStronger

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.272: 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 0.272: 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[3].angle

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.532: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.376: 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[3].whyStronger

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.318: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.269: 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].angle

- 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,

- seg 115 (00:08:33.700 -> 00:08:38.567) score 0.415: Então a gente tem que entender que a gente tem que vender de acordo com o que o cliente precisa.

Bloco: editorialAngles[4].whyStronger

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.312: 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 0.266: 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[0].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[0].why

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.337: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.337: 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: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.307: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.307: 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: weakSpots[2].issue

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.740: 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,

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.480: 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: weakSpots[2].why

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.312: 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.312: 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: weakSpots[3].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[3].why

- 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

## Reels

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

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

Legenda: Seu produto é uma Ferrari, mas o cliente só ve um carro? O erro está em tentar vender o destino final para quem ainda não tem o 'gosto' desenvolvido. Construa a percepção de valor passo a passo. Ofereça o próximo nível lógico, não a solução mais complexa. Assim, ele desenvolve o desejo por mais. Qual o próximo passo mais simples que seu cliente pode dar hoje para se aproximar da sua solução? Compartilhe sua estratégia nos comentários.

Hashtags: #vendasestratégicas #jornadadocliente #construcaodevalor #proximopasso  
#engajamentodocliente #vendasb2b #metodologiadavendas #opinião

Porque funciona: O título e o hook inicial utilizam uma metáfora impactante e memorável ('ceu e estrelas') que gera curiosidade e identificação imediata com a frustração do vendedor. A analogia torna o conceito abstrato de 'construir gosto' tangível. O CTA é específico, solicitando uma estratégia prática, o que aumenta a probabilidade de comentários qualificados e engajamento.

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

## **Clip 2: Seu cliente nao e burro, ele so nao 'gosta' ainda**

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

Legenda: Voce tem um produto ou servico de ponta e encontra o cliente ideal, aquele que mais se beneficiaria. Voce apresenta todos os beneficios, prova que ele ganhou mais dinheiro, reduzira custos, otimizara a operacao, e no fim, ele nao compra. Voce se pergunta: 'Por que ele nao comprou?'. A resposta nao e falta de inteligencia, mas de 'gosto' ainda nao desenvolvido. Qual a maior objeção que voce enfrenta nesse cenário? Comente e vamos discutir o proximo passo.

Hashtags: #estrategiadevendas #desenvolvimentodegosto #vendasconsultivas #fidelizacaodeclientes #vendasb2b #qualificacaodeclientes #objecoesdevendas #opiniao

Porque funciona: O clipe inicia com uma narrativa que descreve a frustracao comum do vendedor, gerando identificacao imediata. A frase 'Seu cliente nao e burro, ele so nao gosta ainda' e provocativa e direciona a atencao para o insight central. O CTA e direto, solicitando uma objeção especifica, o que estimula a interacao e fornece dados valiosos para futuros conteudos.

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

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

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

Legenda: Voce ja se perguntou por que um cliente nao ve valor na sua solucao premium? A resposta pode estar no 'gosto' que ele ainda nao desenvolveu. Assim como no vinho ou sushi, a apreciacao por algo sofisticado e construida. Nao adianta oferecer um vinho de 1.000 euros para quem nunca tomou vinho. Comece com o basico, edique o paladar e ele naturalmente buscara o proximo nivel. Como voce tem construido o 'gosto' do seu cliente? Deixe sua dica pratica nos comentarios para inspirar outros empreendedores!

Hashtags: #vendasinteligentes #construcaodevalor #educacaodocliente #vendasb2b #jornadadecompra #estrategiadenegocios #desenvolvimentodeproduto #opiniao

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 8

## **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 0.323: 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 0.323: 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 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.249: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.249: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: clips[1].title

- seg 51 (00:03:25.067 -> 00:03:27.067) score 0.610: por que não pegou gosto por aquilo ainda?

- 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: clips[1].caption

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.493: 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 0.376: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: clips[1].whyItWorks

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.532: 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 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.309: 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: 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 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.262: 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 0.262: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

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: Como Converter Clientes Sem 'Paladar' para Sua Solução Completa

Subheadline: Empreendedores e vendedores frequentemente falham ao apresentar soluções complexas.

Entenda como construir o 'gosto' do cliente progressivamente, evitando o assombro e gerando valor sustentável.

### Secao 1: Intro

Muitos empreendedores e vendedores enfrentam uma frustração comum: um produto ou serviço de alto valor, com benefícios claros, mas que não converte o cliente ideal. A sensação é de que o cliente 'não entende' o valor, ou que 'não tem o paladar' para a solução completa. Este cenário não é incomum. A falha reside em tentar vender o 'destino final' para quem ainda não desenvolveu o 'gosto' pela jornada. Não se trata de um problema do produto, mas da abordagem de vendas, que ignora a construção progressiva da percepção de valor.

### Secao 2: Insight: O Mecanismo da Construção do Gosto: Da Ignorância à Apreciação

O 'paladar' ou 'gosto' por uma solução complexa não é inato; ele é construído. Quando um cliente é exposto a uma solução avançada sem um background prévio, a consequência é o assombro e a rejeição. O mecanismo causal é que a mente humana processa informações em etapas. Tentar saltar etapas gera

sobrecarga cognitiva e desinteresse. Por exemplo, oferecer um software ERP completo a quem gerencia finanças em papel pode ser avassalador, porque a lacuna entre o estado atual e o futuro proposto é grande demais. A alavanca aqui é a incrementalidade: apresentar o 'próximo passo' lógico e acessível, permitindo que o cliente desenvolva a apreciação e a necessidade pela solução mais robusta de forma gradual.

### **Secao 3: Insight: Evitando o Assombro: A Estratégia do 'Próximo Passo Lógico'**

Vender o 'destino final' para um cliente despreparado gera assombro, não desejo. O cliente se sente incapaz ou a solução parece distante da sua realidade. Isso ocorre porque a proposta de valor é percebida como um salto gigantesco, e não como uma progressão natural. O mecanismo é que a mente busca o que é familiar e gerenciável. Ao invés de apresentar a 'Ferrari' completa, o vendedor deve identificar o 'próximo passo lógico' para o cliente. Se o cliente usa papel para controle financeiro, o 'próximo passo' pode ser uma planilha Excel estruturada. Isso constrói confiança e familiaridade com a ideia de organização digital, sem a pressão de uma mudança radical. A implicação prática é que a venda se torna uma série de pequenas vitórias, e não uma batalha única e esmagadora.

### **Secao 4: Insight: A Escalada do Valor: Transformando Pequenos Ganhos em Necessidade**

A construção do 'gosto' é uma escalada. Cada 'próximo passo' bem-sucedido alavanca a percepção de valor e a necessidade por soluções mais avançadas. O mecanismo causal é a validação contínua: ao experimentar um benefício tangível e imediato com uma solução simples, o cliente valida a premissa de que a tecnologia ou a consultoria pode, de fato, melhorar sua operação. Isso gera um desejo intrínseco por mais otimização. Por exemplo, após dominar a planilha, o cliente começa a perceber suas limitações e a desejar automação, tornando-o receptivo a um software mais complexo. A consequência é que o cliente não apenas compra a solução, mas se torna um defensor dela, pois ele mesmo 'descobriu' a necessidade.

### **Secao 5: Aplicacao**

1. Mapeie a jornada do cliente: identifique os estágios de maturidade e os 'próximos passos' lógicos para cada um.
2. Desenvolva ofertas incrementais: crie produtos ou serviços que sirvam como 'próximos passos' acessíveis, como templates, mini-consultorias ou módulos básicos.
3. Qualifique o 'paladar' do cliente: utilize perguntas específicas para entender o nível de conhecimento e a abertura para soluções complexas.
4. Eduque antes de vender: forneça conteúdo que ajude o cliente a desenvolver o 'gosto' pela solução, mostrando os benefícios de cada etapa.
5. Treine a equipe de vendas: capacite os vendedores a identificar o estágio do cliente e a oferecer o 'próximo passo' adequado, não o destino final.
6. Monitore a progressão: acompanhe o avanço do cliente pelos 'próximos passos', ajustando a oferta conforme seu 'paladar' se desenvolve.
7. Crie estudos de caso focados em transições: mostre como clientes evoluíram de uma solução simples para a completa, destacando os ganhos em cada etapa.

### **Secao 6: CTA**

Como você identifica o 'paladar' atual dos seus clientes? Compartilhe sua estratégia ou desafio para construirmos juntos o framework do 'próximo passo' ideal para seu negócio.

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: headline

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.415: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.
- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.415: 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: subheadline

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.266: 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 0.266: seu 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: sections[0].text

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.293: seu 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 0.293: 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[1].title

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.532: 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 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.376: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: sections[1].text

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.282: 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 0.270: 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: sections[2].title

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.610: 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 0.610: 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,

Bloco: sections[2].text

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.304: 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 0.280: 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[3].title

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.350: 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 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.285: 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 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.272: 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[4].bullets[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.298: 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 0.298: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: sections[4].bullets[1]

- seg 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.276: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.276: 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: sections[4].bullets[2]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.350: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 115 (00:08:33.700 -> 00:08:38.567) score 0.350: Então a gente tem que entender que a gente tem que vender de acordo com o que o cliente precisa.

Bloco: sections[4].bullets[3]

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.324: 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 0.324: 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: sections[4].bullets[4]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.443: 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[5]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.280: 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 0.280: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: sections[4].bullets[6]

- seg 29 (00:01:53.267 -> 00:02:01.300) score 0.272: 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 0.272: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: sections[5].text

- 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.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.324: 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,

## LinkedIn

Hook: Vender o destino final, a "Ferrari" do seu produto, para um cliente que ainda não desenvolveu o "paladar" é um erro estratégico. Muitos empreendedores perdem vendas valiosas por não entenderem que o desejo e a percepção de valor são construídos passo a passo, não impostos.

Corpo:

1. Imagine a frustração: você tem um produto ou serviço que sabe ser ideal para o cliente, que trará resultados inquestionáveis. Apresenta todos os benefícios, prova o retorno financeiro, a otimização da operação. E, no fim, ele não compra. A pergunta que ecoa é: por que?
  2. A resposta não está na qualidade do seu produto, mas na abordagem. O cliente não é "burro" por não ver o valor imediato na sua "Ferrari". Ele simplesmente não tem o "background" ou o "paladar" desenvolvido para apreciá-la.
  3. Pense no vinho: quem nunca tomou, não diferencia um rótulo de 1.000 euros de um de 100 reais. O gosto, a capacidade de discernir a qualidade e o valor, é algo que se constrói com experiência e progressão. O mesmo vale para o sushi, ou qualquer produto complexo.
  4. No mundo dos negócios, isso se traduz em vender o "próximo passo lógico", e não o "destino final". Se o cliente gerencia finanças em papel, oferecer um sistema ERP completo de imediato pode assustá-lo. Ele não vê a necessidade, não entende a complexidade.
  5. Em vez disso, ofereça uma planilha Excel para organizar os dados. Mostre como isso resolve uma dor imediata e tangível: a chance de erros no cálculo manual. Ele aceitará porque é um avanço pequeno, compreensível e de baixo risco.
  6. Ao dominar a planilha, ele começará a perceber as limitações, a desejar mais automação, mais insights. É nesse ponto que o "paladar" dele para soluções mais avançadas estará apurado. Ele mesmo buscará o próximo nível, e seu software completo se tornará a solução óbvia.
  7. Esta é a "Escalada do Gosto": você educa o cliente, constrói seu desejo e o guia por uma jornada de valor crescente. Isso não só facilita a venda do seu produto principal, mas também constrói fidelidade e autoridade, transformando um prospect cético em um defensor da sua solução.
  8. Não se trata de subestimar seu produto, mas de entender a jornada do seu cliente. Vender o "arroz com feijão" antes do "buffet de casamento premium" é a chave para uma conversão sustentável e para a construção de um relacionamento duradouro.
- CTA: Qual é o "próximo passo lógico" mais simples que você pode oferecer ao seu cliente hoje para iniciar a construção do desejo pelo seu produto ou serviço? Qual métrica concreta você vai acompanhar na próxima semana?

## Fontes internas por bloco

Bloco: hook

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.356: 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 0.322: 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 0.369: 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 0.294: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: body[1]

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.376: 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,
- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.376: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: body[2]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.282: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.094: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: body[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.423: 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 0.390: 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[4]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.326: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

- 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,

Bloco: body[5]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.314: 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 0.314: 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[6]

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.318: 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 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.

Bloco: body[7]

- seg 115 (00:08:33.700 -> 00:08:38.567) score 0.343: Então a gente tem que entender que a gente tem que vender de acordo com o que o cliente precisa.

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.302: seu 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: ctaQuestion

- 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 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.337: seu 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.

## X

Posts avulsos:

1. Seu produto é uma Ferrari, mas seu cliente ainda anda de patinete? Parar de tentar vender o 'destino final' e focar no 'proximo passo' e a chave para converter. Ninguem compra o céu sem antes ver as estrelas.

2. Vendedores falham ao empurrar a solução completa para quem não tem 'gosto' por ela. O paladar para o valor precisa ser construído. Ofereça o degrau, não a escada inteira.

3. Você já se perguntou por que um cliente 'ideal' não compra? Talvez você esteja vendendo um vinho de 1.000 euros para quem nunca provou um de 100 reais. O desejo se constroi, não se impõe.

4. Nao adianta vender um sonho para quem nem comecou a sonhar. Identifique o nivel de maturidade do seu cliente e venda o proximo passo logico. Isso gera confianca e prepara para a grande venda.
5. Empresas que vendem software complexo para quem usa papel e caneta: o choque e real. Em vez de assustar, ofereca uma planilha. Construa o 'gosto' pela eficiencia antes de propor a automacao total.
6. O erro nao esta no seu produto ser bom, mas na sua abordagem. Vender o 'proximo passo' e a estrategia para criar desejo, fidelidade e autoridade. Pare de empurrar, comece a guiar.

Thread:

1. Voce tem um produto 'Ferrari', mas seu cliente nao compra. Voce se pergunta: 'Ele e burro? Meu produto e otimo!'. A verdade e que ele nao tem 'gosto' pela sua Ferrari ainda.
2. Pense no vinho: quem nunca bebe nao ve diferenca entre um de 1.000 euros e um de 100 reais. O paladar e construido. O mesmo vale para o valor do seu produto ou servico.
3. Seu cliente usa papel para gerenciar financias. Voce oferece um sistema que automatiza tudo. Ele se assusta, acha que 'nao e para ele'. Voce tentou vender o ceu para quem nem viu as estrelas.
4. A solucao? Venda o 'proximo passo'. Para o cliente do papel, ofereca uma planilha. Mostre o ganho imediato, construa o gosto pela organizacao. Ele vai querer mais.
5. Quando ele dominar a planilha, ele mesmo vai buscar algo mais robusto. Ai sim, seu software 'Ferrari' fara sentido. Ele ja tera o 'gosto' apurado e vera o valor real.
6. Nao tente vender o destino final. Venda o caminho, um passo de cada vez. Isso cria fidelidade, autoridade e recorrenca. E a forma mais eficaz de converter e reter.
7. Qual o 'proximo passo' que voce pode oferecer hoje para seu cliente mais 'cru'? Pense nisso e comece a guiar. Compartilhe este insight com sua equipe de vendas e veja a mudanca!

Style note: Posts diretos e provocativos, com analogias concretas e foco em acao para empreendedores B2B.

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: standalone[0]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.415: 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 0.376: 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,

Bloco: standalone[1]

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.324: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.324: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: standalone[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 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.092: 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: standalone[3]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.425: 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 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.384: 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: standalone[4]

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.259: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.259: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

Bloco: standalone[5]

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.366: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.366: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: thread[0]

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.433: 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 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.362: 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: thread[1]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.404: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.
- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.092: 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: thread[2]

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.331: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.
- 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: thread[3]

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.366: 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 0.366: 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: thread[4]

- seg 53 (00:03:35.867 -> 00:03:39.100) score 0.312: Só que se tu não tem gosto por aquilo, não faz sentido nenhum.
- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.312: 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: thread[5]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.449: 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 0.404: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

Bloco: thread[6]

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.350: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- 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: notes.style
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.098: 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.098: 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,