

# Authority Distribution Engine Export

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

Arquivo: teste srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T14:34:32.404Z

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 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[4]

- 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[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 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[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 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.285: 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 0.285: 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: recommendations[1]

- 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.

- 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,

Bloco: recommendations[2]

- seg 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.362: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

- seg 133 (00:09:44.067 -> 00:09:47.100) score 0.362: Então, essa é a metodologia que tem que ter de vendas. Não tem? Três

Bloco: recommendations[3]

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.400: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.400: 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[4]

- 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 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,

Bloco: recommendations[5]

- 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 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: 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 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.307: 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: structure.insight

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.404: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- 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: structure.application

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.397: 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 0.397: 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: 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 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.285: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 106 (00:08:03.467 -> 00:08:08.500) score 0.285: Então a gente tem que entender que não adianta vender o sucesso se a pessoa não ganhou as estrelas.

Bloco: retentionMoments[1].text

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

- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.195: 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: retentionMoments[1].whyItGrabs

- 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.272: 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: retentionMoments[2].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[2].whyItGrabs

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.318: 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 0.318: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: retentionMoments[3].text

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 1.000: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.740: 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: retentionMoments[3].whyItGrabs

- 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,

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.298: 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[4].text

- seg 73 (00:05:11.933 -> 00:05:20.233) score 0.610: cara vai lá começar a receber essas fórmulas, vai começar a se inteirar nisso, vai começar a pegar gosto dele, vai começar a ver que o trabalho vinha manual.

- seg 48 (00:03:11.000 -> 00:03:17.467) score 0.340: 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.

Bloco: retentionMoments[4].whyItGrabs

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

Bloco: retentionMoments[5].text

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 1.000: 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.393: 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: retentionMoments[5].whyItGrabs

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.376: 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 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.298: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

Bloco: retentionMoments[6].text

- seg 119 (00:08:54.967 -> 00:09:01.633) score 0.805: Se tu adotar isso para a tua cultura de vendas, adotar isso para os teus próximos negócios, eu tenho certeza que tu vai ter mais vendas,

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.480: 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[6].whyItGrabs

- seg 133 (00:09:44.067 -> 00:09:47.100) score 0.362: 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 0.291: 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[7].text

- seg 134 (00:09:47.167 -> 00:09:52.900) score 0.675: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.480: 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: 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 0.291: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: editorialAngles[0].angle

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.334: 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 0.223: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: editorialAngles[0].whyStronger

- seg 133 (00:09:44.067 -> 00:09:47.100) score 0.142: Então, essa é a metodologia que tem que ter de vendas. Não tem? Três

Bloco: editorialAngles[1].angle

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.480: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 7 (00:00:25.333 -> 00:00:29.600) score 0.350: Então vamos pensar na situação que eu acho que tu já deve ter passado por isso.

Bloco: editorialAngles[1].whyStronger

- 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: editorialAngles[2].angle

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.393: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.393: 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: editorialAngles[2].whyStronger

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.285: 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 0.285: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: editorialAngles[3].angle

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.331: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.331: 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: editorialAngles[3].whyStronger

- seg 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.340: 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

- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.280: 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 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 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,

Bloco: editorialAngles[4].whyStronger

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.280: 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 0.280: 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.

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 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.318: 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 0.269: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

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 0.269: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 44 (00:02:53.600 -> 00:02:57.200) score 0.269: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.331: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.331: 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[3].issue

- 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 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.415: 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[3].why

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.437: 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 0.350: 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.

## Reels

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

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

Legenda: Empreendedores falham ao vender o produto final para clientes sem maturidade para valorizar a oferta. Em vez de empurrar a solucao complexa, foque no proximo passo logico e acessivel. Construa o desejo e a percepcao de valor gradualmente, como se educa o paladar para um vinho. Isso gera fidelidade e recorrência. Qual o proximo passo que seu cliente precisa dar para avancar na jornada de compra? Comente sua estrategia.

Hashtags: #vendasb2b #estrategiadevendas #jornadadocliente #marketingdeconteudo #proximopasso #engajamentodocliente #vendascomplexas #educacaodocliente

Porque funciona: A metáfora 'ceu e estrelas' cria um gancho imediato e memorável, ressoando com a frustração comum de empreendedores. A aplicação prática de 'vender o próximo passo' oferece uma solução acionável, incentivando o compartilhamento. O CTA direciona a discussão para a aplicação da metodologia, qualificando o engajamento e atraindo seguidores interessados em estratégias de vendas.

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



## Clip 2: Seu cliente não é burro: ele só não tem o 'gosto' ainda

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

Legenda: Você tem um produto ou serviço que considera ideal, mas o cliente não compra? Você apresenta todos os benefícios, prova que ele ganhará mais dinheiro, reduzirá custos, e ainda assim ele não fecha. A frustração é comum. O problema não é o cliente, mas a falta de 'gosto' ou background para perceber o valor. Não tente vender o destino final. Qual a maior trava que impede seu cliente de enxergar o valor? Compartilhe nos comentários.

Hashtags: #vendasconsultivas #educacaodocliente #percepçãodevalor #vendascomplexas #desenvolvimentodeproduto #estrategiadenegocios #vendasb2b #opiniao

Porque funciona: O título provocativo 'Seu cliente não é burro' gera curiosidade e valida a experiência do público. O trecho do áudio descreve um cenário comum de frustração em vendas, criando identificação. O CTA foca na identificação de 'travas' específicas, incentivando comentários que revelam dores reais da audiência, o que é valioso para a geração de leads qualificados e futuros conteúdos.

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

## Clip 3: Sua Ferrari e uma Kombi para quem não entende

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 dele 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 próximo passo. Siga para mais recortes práticos.

Hashtags: #vendasestrategicas #posicionamentodemarca #valorpercebido #vendasb2b #gestaodevendas #marketingdevalor #construçãodedesejo #jornadadecompra

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 ação objetiva para transformar atenção em interação qualificada.

Scores: hook 9 | clareza 9 | retenção 9 | 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 0.318: 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 0.318: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu cliente que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: clips[0].whyItWorks

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.280: 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 106 (00:08:03.467 -> 00:08:08.500) score 0.280: Então a gente tem que entender que não adianta vender o sucesso se a pessoa não ganhou as estrelas.

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 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.415: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.
- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.415: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: clips[2].caption

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.346: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.325: 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[2].whyItWorks

- seg 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.280: 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
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.250: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

## Newsletter

Headline: Venda o Próximo Passo, Não o Destino Final: Estratégia para Clientes Sem 'Gosto' Apurado

Subheadline: Empreendedores frequentemente falham ao tentar vender soluções complexas para clientes que não percebem seu valor. Aprenda a construir o desejo e a maturidade do comprador, passo a passo, para escalar suas vendas e fidelizar clientes.

### Secao 1: Intro

Muitos empreendedores e vendedores enfrentam uma frustração comum: oferecer um produto ou serviço de alto valor, com benefícios claros de retorno financeiro ou otimização, e ainda assim, o cliente não compra. A percepção inicial é que o cliente 'não entende' ou 'é burro'. Contudo, a raiz do problema reside na tentativa de vender o 'destino final' para alguém que ainda não desenvolveu o 'paladar' ou o 'background' necessário para apreciar a oferta completa. Este erro persistente impede vendas e mina a construção de relacionamentos duradouros.

## **Secao 2: Insight: O Paladar é Construído: A Maturidade do Cliente como Fator Decisivo**

O desejo e a percepção de valor não são inatos, mas construídos gradualmente. Tentar vender um produto 'Ferrari' para um cliente que não possui o background para entender sua engenharia ou performance é ineficaz. Por exemplo, alguém que nunca tomou vinho dificilmente distinguirá um vinho de 1.000 euros de um de 100 reais. A causa é a falta de experiência e a ausência de um 'paladar' desenvolvido. Consequentemente, o cliente não atribui o valor percebido pelo vendedor, resultando na não compra. A implicação prática é que a venda deve alinhar-se à maturidade do cliente, focando em educá-lo progressivamente.

## **Secao 3: Insight: Evite o Choque da Complexidade: O Risco de Vender 'Dez Passos à Frente'**

Apresentar uma solução completa e altamente sofisticada para um cliente que opera em um nível básico pode gerar assombro, não desejo. Se um empresário gerencia suas finanças em papel e lhe é oferecido um sistema ERP complexo que automatiza tudo, a tendência é que ele se sinta sobrecarregado e conclua que 'isso não é para mim'. O mecanismo aqui é o choque da complexidade: a distância entre o estado atual do cliente e a solução proposta é grande demais. O efeito é a rejeição, pois o cliente não consegue visualizar a transição ou o benefício imediato, percebendo a oferta como inacessível ou desnecessária para sua realidade.

## **Secao 4: Insight: A Alavanca da Progressão Lógica: Venda o 'Próximo Passo' Acessível**

A estratégia eficaz reside em identificar e vender o 'próximo passo' lógico e acessível para o cliente. Se o cliente usa papel para finanças, o próximo passo não é um ERP, mas talvez uma planilha Excel estruturada. Este mecanismo de progressão gradual permite que o cliente desenvolva o 'gosto' e a compreensão da necessidade de forma orgânica. Ao dominar a planilha, ele começa a perceber as limitações do processo manual e a valorizar a automação. A consequência é a construção de um desejo autêntico pelo produto mais avançado, pois ele já experimentou uma 'vitória' inicial e está pronto para o próximo nível de sofisticação.

## **Secao 5: Insight: Fidelidade e Recorrência: O Efeito da Construção de Gosto**

Construir o 'gosto' do cliente pelo seu produto ou serviço, através da venda de passos incrementais, não apenas facilita a venda inicial, mas também estabelece as bases para fidelidade e recorrência. Quando o cliente é guiado por uma jornada de valor crescente, ele desenvolve uma relação de confiança e dependência com o fornecedor. O mecanismo é a educação contínua e a entrega de valor em cada etapa. O efeito é um cliente que não apenas compra o produto final, mas que se torna um defensor, buscando novas soluções e atualizações, porque sua percepção de valor foi cultivada e aprofundada ao longo do tempo.

## **Secao 6: Aplicacao**

1. Mapeie a jornada do cliente: identifique os diferentes níveis de maturidade e as 'dores' específicas em cada etapa.
2. Desenvolva ofertas de 'próximo passo': crie produtos ou serviços de entrada que resolvam problemas imediatos e preparem o cliente para soluções mais complexas.
3. Eduque o cliente: utilize conteúdo (artigos, webinars, templates) para construir o 'background' e o 'paladar' do seu público-alvo.
4. Qualifique a necessidade: em vez de empurrar a solução completa, pergunte sobre os desafios atuais e ofereça o passo mais relevante para aquele momento.
5. Crie 'micro-conversões': celebre pequenas vitórias do cliente ao longo da jornada, reforçando o valor da sua solução em cada etapa.
6. Treine sua equipe de vendas: capacite-os a identificar o nível de maturidade do cliente e a apresentar a oferta mais adequada, focando na progressão.
7. Monitore a evolução do cliente: acompanhe o progresso para oferecer o próximo passo no momento certo, maximizando a chance de upsell e cross-sell.

## Secao 7: CTA

Como você identifica o 'próximo passo' ideal para seus clientes hoje? Compartilhe um exemplo prático de como sua empresa já aplica (ou poderia aplicar) essa estratégia para construir o desejo e a maturidade do comprador.

### 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 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: subheadline

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.298: 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 0.298: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Bloco: sections[0].text

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.284: 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 0.284: 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 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.480: 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 0.350: 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: sections[1].text

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.252: 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 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.443: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.
- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.443: 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[2].text

- seg 102 (00:07:50.533 -> 00:07:56.133) score 0.265: 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 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.250: 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: sections[3].title

- 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.
- 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,

Bloco: sections[3].text

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.298: 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 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.282: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

Bloco: sections[4].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 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.532: 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: sections[4].text

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.284: 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 0.284: 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: sections[5].bullets[0]

- 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 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: sections[5].bullets[1]

- 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.

Bloco: sections[5].bullets[2]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.362: 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 0.291: 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.

Bloco: sections[5].bullets[3]

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.331: 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 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.331: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: sections[5].bullets[4]

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.340: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,
- 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.



Bloco: sections[5].bullets[5]

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.340: 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 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.

Bloco: sections[5].bullets[6]

- 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,

- 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: sections[6].text

- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.337: 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.

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.298: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

## LinkedIn

Hook: Vender o "destino final" é o erro mais comum de empreendedores e vendedores. Seu cliente não é "burro" por não comprar sua "Ferrari"; ele simplesmente não desenvolveu o paladar para apreciá-la. A falha está em não construir o desejo e a maturidade do comprador, passo a passo.

Corpo:

1. Muitos de nós já passamos pela frustração de apresentar um produto ou serviço que consideramos ideal, com benefícios claros de aumento de receita ou redução de custos, e o cliente simplesmente não compra. A primeira reação é culpar o cliente, mas a verdade é mais complexa.
2. O problema reside na premissa de que o cliente já possui o "gosto" ou o "background" necessário para perceber o valor completo da sua oferta. É como oferecer um vinho de 1.000 euros a alguém que nunca tomou vinho na vida; ele não verá a diferença para um de 100 reais, pois seu paladar não foi educado.
3. O desejo e a percepção de valor são construídos gradualmente. Não se trata de vender um sonho para quem ainda não começou a sonhar. A analogia da Ferrari é pertinente: seu produto pode ser a "Ferrari do setor", mas se o cliente não tem o conhecimento para entender o que torna uma Ferrari especial, ele não a valorizará.
4. A estratégia eficaz é vender o "próximo passo" lógico e acessível. Se o cliente gerencia finanças em papel, não ofereça um ERP completo de imediato. Ofereça uma planilha Excel que organize suas entradas e saídas, mostrando um ganho imediato e tangível.
5. Ao dominar a planilha, o cliente começa a "pegar gosto" pela organização e eficiência. Ele percebe as limitações do manual e busca soluções mais avançadas. É nesse ponto que seu software completo, a "Ferrari", se torna uma progressão natural e desejável, não uma imposição.
6. Essa abordagem não é apenas sobre vendas, mas sobre educação e construção de relacionamento. Você capacita o cliente, eleva seu nível de maturidade e o guia em uma jornada onde ele mesmo descobre a necessidade da sua solução mais robusta.
7. Empresas que aplicam essa lógica nas redes sociais, oferecendo conteúdo gratuito para depois vender produtos de entrada e mentorias, já entenderam o poder de construir o gosto. É um processo de escalada, onde a fidelidade e a recorrência são frutos de uma jornada bem planejada.
8. Mesmo que seu software faça mil coisas, identifique as duas ou três funcionalidades que representam o próximo passo lógico para o cliente. Venda a integração imediata, o ganho que ele terá a partir de amanhã, e não a transformação completa que pode assustá-lo.



CTA: Como você pode reestruturar sua oferta ou comunicação hoje para vender o "próximo passo" em vez do "destino final" para seus clientes? Qual metrica concreta voce vai acompanhar na proxima semana?

## Fontes internas por bloco

Bloco: hook

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.362: 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 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.362: 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[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.356: 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 0.288: 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 0.310: 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 0.120: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: body[2]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.318: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.318: 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: body[3]

- 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,

- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.356: 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: body[4]

- seg 73 (00:05:11.933 -> 00:05:20.233) score 0.314: cara vai lá começar a receber essas fórmulas, vai começar a se inteirar nisso, vai começar a pegar gosto dele, vai começar a ver que o trabalho vinha manual.

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.314: 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: body[5]

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.331: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

- 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.

Bloco: body[6]

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.370: 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 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.310: 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: body[7]

- 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 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: ctaQuestion

- 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 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.393: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.

## X

Posts avulsos:

1. Seu produto é uma Ferrari, mas seu cliente só conhece Fusca. Vender o destino final é ineficaz. Ele não tem o "paladar" para apreciar o que você oferece.
2. O erro comum: tentar vender o céu para quem nunca viu as estrelas. Seu cliente não é "burro", ele apenas não construiu o desejo ou a maturidade para sua oferta.
3. Vinho de 1.000 € para quem só bebe cerveja? Não funciona. O gosto se constrói. Nas vendas, isso significa vender o próximo passo, não o produto completo.
4. Muitos empreendedores se frustram quando o cliente ideal não compra. A falha não é do cliente, mas da estratégia: você está vendendo um futuro que ele não consegue visualizar.
5. Em vez de empurrar a solução final, ofereça o "próximo passo" lógico. Construa o desejo do cliente, eduque seu paladar, e a venda se tornará uma progressão natural.
6. Seu software é a Ferrari do setor, mas o cliente ainda usa papel e caneta. Vender a automação total assusta. Venda a planilha Excel, o passo que ele entende e precisa agora. Compartilhe com quem precisa aplicar isso hoje.

Thread:

1. Você tem um produto ou serviço que sabe ser transformador. Apresenta todos os benefícios, projeta ganhos, redução de custos. E o cliente não compra. Por quê?
2. A resposta está no "paladar". Assim como alguém que nunca tomou vinho não vê diferença entre um rótulo de 1.000 € e um de 100 R\$, seu cliente não percebe o valor da sua "Ferrari".
3. Ele não é "burro". Ele simplesmente não construiu o background, a maturidade ou o desejo para apreciar sua oferta completa. Tentar vender o destino final é um erro comum e custoso.
4. A solução? Venda o próximo passo. Se o cliente usa papel, ofereça uma planilha Excel. Se ele usa Excel, mostre como automatizar uma pequena parte. Construa o gosto gradualmente.
5. Essa abordagem não só facilita a venda inicial, mas cria fidelidade e recorrência. O cliente, ao ver o valor em pequenos passos, estará pronto para o seu produto completo no futuro.
6. É sua obrigação moral vender uma solução que realmente ajuda. Mas faça isso de forma inteligente. Venda o caminho, não o destino. Eduque, construa o desejo e colha os frutos.
7. Adote essa cultura de vendas. Não tente vender dez passos à frente. Foque no próximo passo lógico e acessível. Tenho certeza que você terá mais vendas e clientes mais engajados. Comece hoje.

Style note: Posts diretos e provocativos, focados em desmistificar erros de vendas com analogias concretas e ritmo acelerado.

## 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 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.415: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Bloco: standalone[1]

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.443: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.331: 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: standalone[2]

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.366: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,
- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.318: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: standalone[3]

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.387: 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 0.387: 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[4]

- 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 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.366: 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[5]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.356: 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 0.322: 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: thread[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.400: 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 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.340: 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: thread[1]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.415: 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 0.146: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: thread[2]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.366: 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 0.366: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

Bloco: thread[3]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.366: 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 0.366: 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,

Bloco: thread[4]

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.358: 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 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.312: 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[5]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.437: 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 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,

Bloco: thread[6]

- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.376: 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.
- seg 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.376: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.

Bloco: notes.style

- 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.