

Authority Distribution Engine Export

SRT ID: 7fb9990f-e7c9-46cd-a45f-0a6400908f9d

Arquivo: teste srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T18:08:13.262Z

Status atual: done

Analise narrativa

Tese: Vender o 'próximo passo' em vez do 'destino final' é crucial para o sucesso de vendas, pois constrói o desejo e o entendimento do cliente, superando a resistência a soluções complexas ou avançadas demais para seu nível atual de maturidade.

Temas:

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

Tipo: educacional | 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 solução completa, resultando em não-compra e frustração.

Tensão: A tensão surge da crença do vendedor de que seu produto é inerentemente bom e valioso, contrastando com a percepção do cliente que se sente sobrecarregado ou desinteressado por uma solução que está muito além de sua necessidade ou compreensão atual.

Insight: O desejo e o 'paladar' do cliente por uma solução devem ser construídos progressivamente, oferecendo o 'próximo passo' lógico e acessível, em vez de tentar vender o 'destino final' ou a solução mais completa de imediato.

Aplicação: Vendedores devem identificar o nível atual do cliente e oferecer soluções incrementais que o ajudem a progredir, como sugerir uma planilha Excel antes de um software complexo, construindo o 'gosto' e a necessidade por soluções mais avançadas ao longo do tempo.

Recomendações:

1. Desenvolver um framework visual da 'escada de valor' para o cliente, ilustrando cada 'próximo passo' e como ele leva ao 'destino final', facilitando a aplicação do conceito.
2. Criar estudos de caso detalhados que demonstrem a aplicação da metodologia do 'próximo passo' em diferentes setores e com produtos variados, validando a eficácia.
3. Elaborar um guia prático para vendedores sobre como identificar o 'próximo passo' ideal para cada perfil de cliente, incluindo perguntas-chave e técnicas de escuta ativa.
4. Integrar a metodologia do 'próximo passo' na estratégia de conteúdo, criando materiais educativos que preparem o cliente para as soluções mais avançadas.
5. Explorar a criação de 'produtos de entrada' ou 'degustações' que sirvam como o primeiro 'próximo passo', permitindo que o cliente experimente o valor antes de um investimento maior.
6. Realizar workshops ou webinars para empreendedores e equipes de vendas, aprofundando o conceito e oferecendo ferramentas para sua implementação imediata.

Fontes internas por bloco

Bloco: thesis

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.397: 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 0.362: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: 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 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[7]

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

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

Bloco: recommendations[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 0.366: 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: recommendations[1]

- 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,

Bloco: recommendations[2]

- 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,

- 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: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.340: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: recommendations[4]

- 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,

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.318: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: recommendations[5]

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

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.285: 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: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.337: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.298: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: structure.insight

- 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 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.437: 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.application

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.322: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.288: 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: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.350: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

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

Bloco: retentionMoments[1].text

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.954: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.404: 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[1].whyItGrabs

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.307: 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 0.307: 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 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.708: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.512: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.

Bloco: retentionMoments[2].whyItGrabs

- seg 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.291: 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 0.291: 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 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.532: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.
- seg 29 (00:01:53.267 -> 00:02:01.300) score 0.468: 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,

Bloco: retentionMoments[3].whyItGrabs

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.291: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto
- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.291: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: retentionMoments[4].text

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 1.000: 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 0.777: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: retentionMoments[4].whyItGrabs

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.318: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,
- 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: retentionMoments[5].text

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.661: 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 0.390: Então, o que que eu faço? Eu chego com esse cara e faço.

Bloco: retentionMoments[5].whyItGrabs

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.291: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria
- seg 44 (00:02:53.600 -> 00:02:57.200) score 0.291: vamos construir a financeira primeiro esse exemplo, o cara vai lá

Bloco: retentionMoments[6].text

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.837: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.
- seg 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.448: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

Bloco: retentionMoments[6].whyItGrabs

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.340: 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 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.

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 0.454: 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 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.298: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

Bloco: editorialAngles[0].angle

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.512: 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 0.415: 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 0.173: Então, essa é a metodologia que tem que ter de vendas. Não tem? Três

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.087: 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 0.532: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.454: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.393: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.393: 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: editorialAngles[2].whyStronger

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.362: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.362: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: editorialAngles[3].angle

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.393: 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 0.393: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: editorialAngles[3].whyStronger

- 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 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.298: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: editorialAngles[4].angle

- 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: editorialAngles[4].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: 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 0.343: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.
- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.343: 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 0.276: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.276: 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: weakSpots[2].issue

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.740: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.220: 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: weakSpots[2].why

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.499: 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 0.387: 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: 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 0.312: 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 0.312: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Reels

Clip 1: Vende o 'céu' e perde a venda? O erro fatal de empreendedores

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

Legenda: Empreendedores frequentemente falham ao tentar vender soluções complexas para clientes que ainda não desenvolveram o 'paladar' para elas. Não adianta oferecer o 'céu' para quem nunca viu as estrelas. Este é um erro persistente que impede vendas e gera frustração. Identifique o nível de maturidade do seu cliente antes de apresentar a solução final. Comente 'ERRO' para receber um guia sobre como diagnosticar o estágio do seu cliente e alinhar sua oferta.

Hashtags: #vendasb2b #estrategiadevendas #jornadadocliente #vendascomplexas #maturidadedocliente #proximopasso #opinioao #autoridade

Porque funciona: A abertura 'Vende o 'céu' e perde a venda?' estabelece uma tensão imediata, abordando uma falha comum em vendas. A frase 'Não adianta oferecer o 'céu' para quem nunca viu as estrelas' é uma metáfora impactante que condensa o problema. O CTA 'Comente 'ERRO' para receber um guia' oferece um recurso prático e específico, convertendo a atenção em lead qualificado ao focar na resolução de uma dor explícita.

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

Clip 2: Seu cliente ideal não compra? O problema é o 'paladar' dele

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

Legenda: Você tem um produto ou serviço que considera ideal para um cliente específico, apresenta todos os benefícios, prova o retorno financeiro, mas ele não compra. Por quê? A resposta está no 'paladar' do cliente. Ele ainda não desenvolveu o gosto ou a compreensão para o valor que você oferece. Não é sobre o produto ser bom, mas sobre a capacidade do cliente de percebê-lo. Comente 'PALADAR' e receba um checklist para identificar o nível de maturidade do seu cliente e ajustar sua oferta.

Hashtags: #vendasconsultivas #psicologiadoconsumidor #maturidadedemercado #objecaodevendas #vendasestrategicas #desenvolvimentodemercado #opinioao #autoridade

Porque funciona: O título e a introdução confrontam diretamente a frustração comum de vendedores ('cliente ideal não compra?'), validando a experiência do público. A explicação do 'paladar' como fator de não-compra oferece um insight novo e acionável. O CTA 'PALADAR' é específico e promete uma ferramenta prática (checklist), incentivando a interação de leads qualificados que buscam resolver essa dor.

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

Clip 3: Vinho de 1.000€ vs. 100R\$: A analogia que explica a percepção de valor

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

Legenda: Imagine que você nunca tomou vinho. Um vinho de 1.000€ pode não parecer diferente de um de 100R\$. A percepção de valor é construída. Quem consome vinho regularmente entende as nuances. O mesmo ocorre com seu produto ou serviço: o cliente precisa desenvolver o 'paladar' para apreciar a 'Ferrari' que você oferece. Não force a venda do destino final. Comente 'VINHO' para acessar um framework que te ajuda a construir o desejo do seu cliente passo a passo.

Hashtags: #percepcaodevalor #educacaodocliente #vendasprogressivas #construcaodedesejo #marketingdeconteudo #analogiasdevendas #opinioao #autoridade

Porque funciona: O título utiliza a analogia do vinho para criar um gancho imediato e relevante, conectando um exemplo cotidiano a um problema de vendas. A caption explica como a percepção de valor é construída, reforçando a tese central do conteúdo. O CTA 'Comente 'VINHO' para acessar um framework' oferece uma ferramenta prática e alinhada ao tema, incentivando a interação de um público que busca aplicar o conceito de construção de desejo.

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

Fontes internas por bloco

Bloco: clips[0].title

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.532: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.376: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: clips[0].caption

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.322: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.305: 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: clips[0].whyItWorks

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.265: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.265: 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: clips[1].title

- 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 12 (00:00:55.267 -> 00:00:58.167) score 0.350: e no fim ele não compra IT. Daí tu pensa cara,

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 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.226: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho

- seg 22 (00:01:25.633 -> 00:01:31.900) score 0.185: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: clips[2].whyItWorks

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

- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.331: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

Newsletter

Headline: Venda o Próximo Passo, Não o Destino Final: Estratégia para Produtos Complexos

Subheadline: Empreendedores falham ao vender soluções avançadas para clientes despreparados.

Construa o desejo e a maturidade do cliente progressivamente, garantindo vendas e fidelização.

Secao 1: Intro

Empreendedores e equipes de vendas frequentemente enfrentam um paradoxo: possuem um produto ou serviço de alto valor, capaz de transformar negócios, mas encontram resistência na concretização da venda. A frustração é comum: 'Meu produto é excelente, por que o cliente não compra?' Este cenário revela um erro fundamental na abordagem: tentar vender o 'destino final' para quem ainda não desenvolveu o 'paladar' para a jornada. A tensão surge da crença no valor intrínseco da solução versus a percepção do cliente, que se sente sobrecarregado ou desinteressado por algo que excede sua

compreensão ou necessidade imediata. A chave reside em não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Secao 2: Insight: A Construção do Paladar do Cliente: Da Inexperiência à Apreciação

O desejo e a capacidade de apreciar uma solução complexa não são inatos, mas construídos progressivamente. Considere a evolução de um paladar para café especial: um iniciante pode preferir um café com açúcar, enquanto um barista aprecia nuances de torra e origem. A tentativa de oferecer um 'café especial de torra única' a quem só consome café instantâneo resulta em incompreensão e desinteresse, pois o cliente não possui o referencial para discernir o valor. Este mecanismo causal implica que a venda de soluções avançadas exige uma educação gradual do cliente, onde cada etapa prepara o terreno para a próxima, solidificando o desejo e a percepção de valor. A progressão é a base para a aceitação de complexidade.

Secao 3: Insight: O Efeito do 'Salto Quântico' em Vendas: Por Que Clientes Recuam

Apresentar uma solução que representa um salto tecnológico ou operacional muito grande para o nível atual do cliente gera assombro, não desejo. Um cliente que gerencia suas finanças em papel e caneta, ao ser confrontado com um software de gestão completo que automatiza processos e faz projeções complexas, tende a recuar. Ele percebe a solução como 'não para mim', 'muito avançada' ou 'para empresas maiores', mesmo que o produto seja ideal. Este efeito ocorre porque a distância entre o estado atual e o estado futuro proposto é tão vasta que o cliente não consegue visualizar a transição, gerando uma barreira psicológica intransponível. A alavanca aqui é a redução da complexidade percebida, fragmentando a jornada em passos gerenciáveis e visualmente conectados.

Secao 4: Insight: A Escada de Valor: Do Básico ao Avançado com Progressão Lógica

A estratégia eficaz é vender o 'próximo passo' lógico e acessível, em vez do 'destino final'. Para o cliente que usa papel, o próximo passo pode ser uma planilha Excel com um template pré-formatado. Esta transição é menos assustadora, mais tangível e oferece um benefício imediato e compreensível: organização e redução de erros manuais. Ao dominar a planilha, o cliente desenvolve um 'gosto' por organização e eficiência, percebendo as limitações do Excel e a necessidade de algo mais robusto. Este processo de escalada de valor constrói a maturidade do cliente, tornando-o receptivo a soluções mais avançadas, como um software de gestão. A implicação prática é que cada venda deve ser um degrau na escada de valor, não um salto para o topo, garantindo a adesão e a compreensão do valor incremental.

Secao 5: Insight: Fidelização e Autoridade: O Efeito Composto da Progressão

Ao guiar o cliente através de uma série de 'próximos passos', o vendedor não apenas concretiza vendas incrementais, mas também constrói fidelidade e autoridade. Cada sucesso do cliente com uma solução mais simples reforça a confiança no fornecedor. O cliente passa a ver o vendedor como um parceiro estratégico que entende suas necessidades e o ajuda a crescer, em vez de apenas um fornecedor de produtos. Esta abordagem gera recorrência, pois o cliente, já com o 'paladar' apurado e a confiança estabelecida, estará mais propenso a adquirir as soluções mais completas e de maior valor no futuro. A causa é a construção de um relacionamento baseado em valor entregue e progressão, e o efeito é a fidelização e a autoridade de mercado, resultando em um ciclo virtuoso de vendas e satisfação.

Secao 6: Aplicacao

1. 1. Mapeamento da Jornada: Identifique os níveis de maturidade do seu cliente e as soluções correspondentes. Crie um diagrama visual da 'escada de valor' do seu produto ou serviço, detalhando cada transição de valor.
2. 2. Produtos de Entrada Estratégicos: Desenvolva ofertas de baixo custo ou 'degustações' que sirvam como o primeiro 'próximo passo'. Exemplos concretos incluem um template de planilha financeira pré-configurado, um mini-curso introdutório sobre gestão de tempo ou uma consultoria de diagnóstico focada em um problema específico e imediato.
3. 3. Qualificação por Maturidade: Implemente um processo de qualificação que avalie o nível de conhecimento e necessidade do cliente antes de apresentar a solução completa. Evite 'over-selling' ao alinhar a oferta à capacidade de absorção do cliente.
4. 4. Treinamento da Equipe de Vendas: Capacite vendedores a identificar o 'próximo passo' ideal através

de perguntas-chave e escuta ativa. O foco deve ser em resolver a dor imediata do cliente, não a dor futura, para construir credibilidade e confiança.

5. 5. Conteúdo Educativo Progressivo: Crie materiais que construam o 'paladar' e o desejo por soluções mais complexas. Exemplos: artigos sobre 'como organizar finanças com Excel' antes de 'benefícios de um ERP', ou 'introdução à automação de marketing' antes de 'implementação de CRM avançado'.

6. 6. Estrutura de Oferta Modular: Apresente seu portfólio como uma progressão lógica de módulos ou funcionalidades, onde cada um é um degrau para o próximo nível de valor. Isso permite ao cliente escalar conforme sua necessidade e maturidade.

7. 7. Monitoramento e Suporte Contínuo: Acompanhe o avanço do cliente na jornada para oferecer o 'próximo passo' no momento certo, com base em marcos de sucesso e novas necessidades identificadas. Utilize métricas de engajamento e resultados para personalizar a próxima oferta.

Secao 7: CTA

Avalie sua estratégia de vendas: você está oferecendo o 'próximo passo' ou o 'destino final'? Descubra como nosso framework de 'Escada de Valor' pode reestruturar sua abordagem, detalhando cada etapa para construir maturidade do cliente e impulsionar vendas incrementais. Clique aqui para acessar o framework completo e um checklist operacional.

Fontes internas por bloco

Bloco: headline

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.610: 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 0.415: 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 0.307: 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 0.307: 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 0.287: 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 0.287: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Bloco: sections[1].title

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

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

Bloco: sections[1].text

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.246: 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 0.246: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

Bloco: sections[2].title

- seg 89 (00:06:31.133 -> 00:06:36.700) score 0.376: cara faz isso nem funciona na minha empresa. Não faz sentido. Não é para mim ser a pessoa rica e você ter uma empresa grande,
- 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[2].text

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.270: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,
- seg 102 (00:07:50.533 -> 00:07:56.133) score 0.270: 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,

Bloco: sections[3].title

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

Bloco: sections[3].text

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.304: 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 0.290: 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[4].title

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.415: 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: sections[4].text

- 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.262: 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[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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.340: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.
- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.340: 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[5].bullets[2]

- 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.

- seg 111 (00:08:23.500 -> 00:08:26.033) score 0.340: ainda mais porque muitos se apaixonam pelo produto

Bloco: sections[5].bullets[3]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.404: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.358: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

Bloco: sections[5].bullets[4]

- 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 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.285: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: sections[5].bullets[5]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.340: 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 0.280: 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,

Bloco: sections[5].bullets[6]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.433: 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 0.362: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: sections[6].text

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.460: 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 0.400: 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,

LinkedIn

Hook: Seu produto é uma Ferrari, mas seu cliente ainda anda de Fusca? Vender o destino final, sem construir o caminho, é o erro mais comum que vejo empreendedores cometerem. Isso não é sobre o valor do seu produto, mas sobre a percepção e o paladar do seu cliente.

Corpo:

1. Muitos empreendedores se frustram quando um cliente ideal, que claramente se beneficiaria de sua solução robusta, simplesmente não compra. Acreditam que o cliente é 'burro' ou não enxerga o óbvio. Mas a verdade é que o desejo e o 'paladar' por uma solução complexa precisam ser construídos.

2. Imagine oferecer um vinho de 1.000 euros para alguém que nunca tomou vinho na vida. Ele pode até achar bom, mas não terá a capacidade de discernir a complexidade e o valor que um apreciador experiente reconheceria. O mesmo acontece com seu produto ou serviço.

3. Seu cliente, que hoje faz a gestão financeira em um papel, não vai absorver de imediato a proposta de um software que automatiza tudo, faz projeções e integrações complexas. Ele se assusta, sente que 'não é para ele', que é 'para uma empresa maior'.

4. A chave é vender o 'próximo passo', não o 'destino final'. Em vez de empurrar a Ferrari, ofereça um upgrade do Fusca. Para o cliente do papel, o próximo passo lógico pode ser uma planilha Excel bem estruturada.
 5. Ao dominar a planilha, ele começa a ver o valor da organização, a sentir o 'gosto' por dados e automação. Ele mesmo começará a questionar: 'Será que existe algo mais avançado que faça isso por mim?'
 6. Nesse momento, seu software, antes assustador, torna-se a evolução natural. Você não vendeu o destino, mas guiou o cliente por uma jornada de descoberta, construindo seu paladar e sua necessidade passo a passo.
 7. Essa abordagem não só facilita a venda inicial, mas também cria um cliente mais engajado, que entende o valor intrínseco da sua solução e está preparado para escalar com você. É uma construção de relacionamento e autoridade, não apenas uma transação.
 8. Empresas que dominam essa progressão, como as que oferecem conteúdo gratuito para depois vender produtos de entrada e mentorias, entendem que a fidelização e a recorrência vêm da construção gradual do desejo e da percepção de valor.
- CTA: Qual 'próximo passo' você pode oferecer hoje para um cliente que ainda não está pronto para sua solução completa? Qual metrica concreta voce vai acompanhar na proxima semana?

Fontes internas por bloco

Bloco: hook

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.369: 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 0.369: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho

Bloco: body[0]

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.326: 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 0.291: 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: body[1]

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.322: 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 0.288: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

Bloco: body[2]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.307: 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 102 (00:07:50.533 -> 00:07:56.133) score 0.307: 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,

Bloco: body[3]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.437: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.437: 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 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.350: Nesse momento ele começa a ter gosto apurado por muito tempo. Tem essa fórmula, tem isso, tem esse programa, porque daí o cara começa a estudar sobre ele, começa a pesquisar sobre aquilo

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.350: 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[5]

- 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,

- 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: body[6]

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.294: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.294: 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 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.298: 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 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.298: 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: ctaQuestion

- seg 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.358: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.358: 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,

X

Posts avulsos:

1. Seu produto é uma Ferrari, mas o cliente ainda anda de Fusca? Vender o destino final sem construir o caminho é o erro mais comum em vendas. O paladar do cliente precisa ser educado.
2. Muitos empreendedores se frustram: o cliente ideal não compra, mesmo com um produto 'perfeito'. A questão não é o produto, mas a percepção e o nível de maturidade do cliente.
3. Não tente vender o céu para quem nunca viu as estrelas. O desejo por uma solução complexa se constrói passo a passo, não com um salto direto para o topo.
4. O cliente que anota tudo no papel não vai comprar seu software de gestão completo de imediato. Ofereça uma planilha Excel primeiro. Construa o gosto, depois a necessidade.
5. Vender o 'próximo passo' é mais eficaz que vender o 'destino final'. Isso cria engajamento, autoridade e fidelidade, transformando um prospect frio em um cliente maduro.
6. Seu produto é bom? Ótimo. Mas se o cliente não tem o 'gosto' por ele, não haverá compra. A 'obrigação moral' de vender só se concretiza quando há um caminho claro para o cliente.
7. Construir o desejo do cliente é um processo. Comece com o que ele entende e precisa hoje. O 'buffet de casamento premium' assusta quem só come 'arroz e feijão'.

Thread:

1. Você tem um produto que considera 'ideal', uma verdadeira Ferrari no seu setor. Encontra um cliente que, na sua visão, é perfeito para ele. Apresenta todos os benefícios, prova o retorno. E ele não compra.
2. A frustração é real. Você pensa: 'Como ele não vê o valor? Meu produto é bom!' Mas o problema não é o produto. É a distância entre a sua 'Ferrari' e o 'Fusca' que o cliente dirige hoje.
3. O desejo e o 'paladar' por uma solução complexa precisam ser construídos. Ninguém que nunca tomou vinho entende a diferença entre um rótulo de 1.000 euros e um de 100 reais. O gosto se educa.
4. Se o cliente anota tudo no papel, oferecer um software de gestão completo é um choque. Ele se assusta, pensa 'isso não é para mim'. O 'próximo passo' é uma planilha Excel, não o sistema inteiro.
5. Venda o próximo passo lógico e acessível. Ajude-o a organizar o que já faz, com uma ferramenta um pouco melhor. Ele vai pegar gosto, ver o valor e, então, desejar a próxima evolução.
6. Essa progressão cria autoridade e fidelidade. O cliente entende o valor incremental, confia em você e está pronto para o seu produto completo quando a maturidade dele permitir.
7. Não tente vender o destino final. Venda o caminho, construindo o gosto e a necessidade do cliente. Isso não só gera vendas, mas também clientes que entendem e valorizam sua solução.
8. Compartilhe este insight com sua equipe. Qual é o 'próximo passo' que vocês podem oferecer hoje para educar o paladar dos seus clientes mais frios?

Style note: Posts diretos e estratégicos, focados em desmistificar a venda de produtos complexos através da construção progressiva do desejo do cliente.

Fontes internas por bloco

Bloco: standalone[0]

- 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

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.358: 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[1]

- 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 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.400: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Bloco: standalone[2]

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.400: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.340: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: standalone[3]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.312: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

- seg 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.312: 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: standalone[4]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.512: 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 0.415: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: standalone[5]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.460: 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 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.400: 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: standalone[6]

- seg 115 (00:08:33.700 -> 00:08:38.567) score 0.318: Então a gente tem que entender que a gente tem que vender de acordo com o que o cliente precisa.

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.318: 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: thread[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.366: 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 0.366: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: thread[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.340: 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 0.340: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: thread[2]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.425: 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 0.123: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o

Bloco: thread[3]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.393: 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 0.393: 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.404: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.404: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

Bloco: thread[5]

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.350: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

- seg 136 (00:09:54.567 -> 00:10:05.967) score 0.350: 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: thread[6]

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

Bloco: thread[7]

- 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,

Bloco: notes.style

- 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 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.280: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.