

# Authority Distribution Engine Export

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

Arquivo: teste.srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T15:08:01.075Z

Status atual: done

## Analise narrativa

Tese: Vender o destino final de um produto ou serviço para clientes sem o 'gosto' ou 'background' necessário para apreciá-lo resulta em não compra, pois a percepção de valor é construída progressivamente através de passos incrementais.

Topicos:

1. estratégias de vendas
2. jornada do cliente
3. construção de valor
4. venda incremental
5. educação do cliente
6. percepção de produto
7. adaptação da oferta
8. engajamento do cliente

Tipo: educational | Polaridade: 8/10

Problema: Empreendedores e vendedores frequentemente falham ao tentar vender produtos ou serviços avançados (o 'céu' ou a 'Ferrari') para clientes que ainda não desenvolveram a capacidade ou o 'gosto' para perceber seu valor, resultando em não compra.

Tensao: Apesar de oferecerem um produto ou serviço de alta qualidade que traria benefícios claros (mais dinheiro, redução de custo), os vendedores se frustram quando o cliente ideal não compra, questionando a inteligência do cliente ou a eficácia da própria oferta.

Insight: O 'paladar', o 'gosto' e o 'desejo' por um produto ou solução precisam ser construídos progressivamente. Não se pode vender o 'destino final' (o 'sonho' ou a 'Ferrari') para quem ainda não deu os primeiros passos (não 'viu as estrelas' ou não tem 'background construído').

Aplicacao: Em vez de vender a solução completa e complexa de imediato, deve-se oferecer o 'próximo passo' lógico e acessível ao cliente. Por exemplo, para quem usa papel e caneta, oferecer uma planilha Excel antes de um software de automação, construindo o 'gosto' e a compreensão do valor incremental.

Recomendacoes:

1. Estruturar o conteúdo para apresentar o 'próximo passo' lógico para o cliente, em vez de focar apenas no 'destino final', utilizando exemplos práticos e tangíveis.
2. Desenvolver uma série de conteúdos que guiem o cliente através de uma 'escalada de gosto', começando com soluções simples (ex: planilha Excel) e progredindo para produtos mais complexos (ex: software de automação).
3. Criar materiais educativos que ajudem o cliente a construir o 'background' necessário para entender o valor de soluções avançadas, utilizando analogias como vinho e sushi.
4. Segmentar a audiência com base no seu nível de 'gosto' ou 'maturidade' em relação ao problema e à solução, adaptando a mensagem de vendas para cada segmento.
5. Integrar a metodologia de 'vender o próximo passo' na cultura de vendas da equipe, garantindo que os vendedores compreendam a importância de construir o desejo do cliente.
6. Utilizar as redes sociais para oferecer 'gostinhos' gratuitos do produto ou serviço, educando o público e preparando-o para a compra de soluções mais completas.

## Fontes internas por bloco

Bloco: thesis

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.337: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,
- seg 60 (00:04:07.400 -> 00:04:11.833) score 0.337: Então vamos supor que o teu destino final seja, nesse caso aqui, um produto que

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 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.610: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.
- seg 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.610: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

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

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

Bloco: recommendations[0]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.428: 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 0.428: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: recommendations[1]

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

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.307: 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: recommendations[2]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.366: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 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.

Bloco: recommendations[3]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.331: 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 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.276: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: recommendations[4]

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

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

Bloco: recommendations[5]

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

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.331: 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: structure.problem

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

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

Bloco: structure.tension

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.356: 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 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.288: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: structure.insight

- 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

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.331: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

Bloco: structure.application

- 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 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.340: 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: retentionMoments[0].text

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

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

Bloco: retentionMoments[0].whyItGrabs

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

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

Bloco: retentionMoments[1].text

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

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

Bloco: retentionMoments[1].whyItGrabs

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

Bloco: retentionMoments[2].text

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

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

Bloco: retentionMoments[2].whyItGrabs

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

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

Bloco: retentionMoments[3].text

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.589: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.507: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: retentionMoments[3].whyItGrabs

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.504: 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 0.362: 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: retentionMoments[4].text

- seg 48 (00:03:11.000 -> 00:03:17.467) score 0.422: Não cara, eu colocar um sistema para ti que vai puxar todas as tuas notas, já vai fazer isso, vai pegar o seu custo fixo e já vai dividir por área e fazer aquilo, aquilo, aquilo, aquilo.

- seg 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.395: Entrada e saída todo o dinheiro dele ali, de gerencial ele faz na mão, ele pega uma folha de papel e começa a notar isso, aquilo lá lá lá

Bloco: retentionMoments[4].whyItGrabs

- seg 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 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.

Bloco: retentionMoments[5].text

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.558: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.350: 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: retentionMoments[5].whyItGrabs

- 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: retentionMoments[6].text

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.771: 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 0.541: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

Bloco: retentionMoments[6].whyItGrabs

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.400: 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 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: retentionMoments[7].text

- seg 119 (00:08:54.967 -> 00:09:01.633) score 0.185: 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 122 (00:09:10.900 -> 00:09:15.267) score 0.164: Tipo, hoje eu comecei comer sushi, amanhã tem uma casa de 2.000 R\$

Bloco: retentionMoments[7].whyItGrabs

- seg 52 (00:03:27.267 -> 00:03:35.633) score 0.280: E as vezes a gente tenta forçar uma venda como se o cara tivesse o gosto pré definido e assim ele tem que aceitar, porque o meu produto é muito bom.
- seg 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.280: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

Bloco: editorialAngles[0].angle

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.312: e a pessoa compra o produto, mas entrada, depois compra mentoria. E esse é o processo da escalada, é tu fazer a pessoa ter gosto por aquilo, tu criar esse gosto na pessoa

- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.156: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: editorialAngles[1].angle

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

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

Bloco: editorialAngles[1].whyStronger

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

- seg 29 (00:01:53.267 -> 00:02:01.300) score 0.291: toma vinho constantemente, ele vai tomar aquele vinho e falar assim Não, o cara tem muito diferente por causa disso. Aqui, no caso de IDEs,

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

Bloco: editorialAngles[3].angle

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

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.443: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: editorialAngles[3].whyStronger

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

Bloco: editorialAngles[4].angle

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.415: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

- seg 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.

Bloco: editorialAngles[4].whyStronger

- seg 42 (00:02:47.467 -> 00:02:52.233) score 0.285: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.285: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.

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 0.302: 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 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.302: 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: 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 0.331: Eu vendo um software e vendo um software, eu vendo uma consultoria

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.276: 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].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 126 (00:09:28.067 -> 00:09:35.133) score 0.366: Esse é o certo. Essa é a metodologia mais simples e eficaz de fazer uma venda.

- 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: weakSpots[3].issue

- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.532: 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 24 (00:01:35.533 -> 00:01:41.733) score 0.376: pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho

Bloco: weakSpots[3].why

- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.437: 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 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.307: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

## Reels

### Clip 1: Seu cliente ideal não compra? O erro que você comete!

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

Legenda: Você tem um produto incrível, um cliente que parece perfeito, mostra todos os benefícios, prova que ele vai ganhar mais dinheiro, reduzir custos e ele não compra. Você pensa: 'Esse cara é burro?'. Não é burrice. É que o paladar, o gosto e o desejo por algo precisam ser construídos. Você está vendendo o céu para quem nunca viu as estrelas. O cliente não tem o background para entender o valor da sua 'Ferrari'. Comente 'PRÓXIMO PASSO' para descobrir como mudar essa realidade e vender mais, construindo o desejo do seu cliente.

Hashtags: #vendasb2b #estrategiadevendas #jornadadocliente #marketingdigital #empreendedorismo #vendaconsultiva #percepcionaodevalor #opiniao

Porque funciona: Este corte gera identificação imediata com a frustração de muitos empreendedores que não entendem por que seus clientes ideais não compram. A analogia 'vender o céu para quem nunca viu as estrelas' é impactante e memorável, criando um gancho forte. O CTA direto para um comentário engaja a audiência, incentivando a interação e o compartilhamento para buscar a solução.

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

### Clip 2: Sua Ferrari de produto não vende? Entenda o 'gosto' do cliente!

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

Legenda: Muitos empreendedores têm um produto que consideram a 'Ferrari' do mercado. Mas se o cliente não tem o background construído para entender esse valor, ele não vai enxergar a Ferrari que você vê. Não adianta vender um sonho para quem nem começou a sonhar. O segredo é vender o próximo passo, não o destino final. Construa o paladar do seu cliente, passo a passo. Qual o 'próximo passo' que você pode oferecer hoje? Compartilhe sua ideia nos comentários!

Hashtags: #vendaincremental #construcaodevalor #produtopremium #marketingdeconteudo #engajamentodocliente #estrategiadenegocios #vendasinteligentes #opiniao

Porque funciona: A metáfora da 'Ferrari' é poderosa e imediatamente compreendida, gerando curiosidade sobre o porquê de um produto de alto valor não vender. O corte oferece um insight prático sobre a necessidade de construir o 'gosto' do cliente, o que é um gatilho de retenção. O CTA convida à reflexão e

ao compartilhamento de ideias, aumentando o engajamento e a visibilidade do conteúdo.

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

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

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

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

Hashtags: #vendasconsultivas #jornadadocliente #educacaodocliente #estrategiadevendas  
#negociosdigitais #vendasimples #opiniao #autoridade

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

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

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: clips[0].title

- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.532: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.
- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.532: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: clips[0].caption

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.293: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.293: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: clips[0].whyItWorks

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.293: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.269: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Bloco: clips[1].title

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.480: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.480: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari

Bloco: clips[1].caption

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.338: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.
- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.338: 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: clips[1].whyItWorks

- seg 34 (00:02:16.400 -> 00:02:22.367) score 0.295: Muitas pessoas, porque tem um produto que acho que é ideal e o produto é a Ferrari
- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.295: mas pro cliente achar a mesma Ferrari que eles, eles tem que ter um background construído para entender sobre aquilo.

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: Não Venda o Céu: A Estratégia do Próximo Passo para Conquistar Clientes Exigentes

Subheadline: Empreendedores frequentemente erram ao oferecer soluções complexas para quem ainda não percebe seu valor. Aprenda a construir a percepção de valor incrementalmente, garantindo vendas e fidelização.

### Secao 1: Intro

Muitos empreendedores e vendedores se frustram ao apresentar um produto ou serviço de alto valor para um cliente que, aparentemente, seria o ideal, mas que, ao final, não compra. A percepção é de que o cliente 'não entende' ou 'é burro', quando, na verdade, o problema reside na abordagem. Não se pode vender o destino final, o 'céu', para alguém que nunca viu as estrelas. A capacidade de apreciar o valor de uma solução avançada é construída, não inata. Este é um erro persistente que impede muitas vendas e limita o crescimento.

### Secao 2: Insight: O Paladar do Cliente: Construção Progressiva de Valor

O 'paladar', o 'gosto' e o 'desejo' por um produto ou solução são construídos progressivamente. Assim como alguém que nunca tomou vinho não distingue um rótulo de 1.000 euros de um de 100 reais, um cliente sem o 'background' necessário não percebe o valor de uma 'Ferrari' de sistema. A causa da não compra não é a qualidade do produto, mas a ausência de uma base de conhecimento e experiência que permita ao cliente internalizar o benefício. O efeito é a rejeição de soluções que, para o vendedor, são obviamente superiores, porque o cliente não tem a estrutura cognitiva para valorizá-las.

### Secao 3: Insight: A Armadilha da Solução Completa: Assustar em Vez de Atrair

Oferecer a solução completa e complexa de imediato, sem preparar o terreno, frequentemente assusta o cliente. Por exemplo, tentar vender um software de automação financeira robusto para quem ainda gerencia tudo em papel e caneta. O cliente, ao se deparar com uma mudança drástica e um nível de complexidade muito acima de sua realidade atual, tende a rejeitar a oferta, classificando-a como 'não para mim' ou 'para empresas maiores'. Isso ocorre porque a distância entre o estado atual do cliente e a solução proposta é grande demais, gerando resistência em vez de desejo. A alavancaria para superar isso é a introdução de passos incrementais que reduzam essa distância percebida.

## **Secao 4: Insight: Vender o Próximo Passo: A Lógica da Escalada de Gosto**

A estratégia eficaz é vender o 'próximo passo' lógico e acessível, não o destino final. Para o cliente que usa papel e caneta, o próximo passo pode ser uma planilha Excel. Ao dominar a planilha, ele começa a 'pegar gosto' pela organização e pela eficiência, percebendo os benefícios de forma tangível e gradual. Este processo de 'escalada de gosto' cria um 'background construído', onde o cliente, por si mesmo, começa a buscar soluções mais avançadas. O mecanismo é a construção de familiaridade e valor percebido através de pequenas vitórias, o que naturalmente leva à demanda por soluções mais sofisticadas, como um software de automação.

## **Secao 5: Aplicacao**

1. Mapeie a jornada do cliente e identifique os 'próximos passos' lógicos para cada nível de maturidade em relação ao problema que seu produto resolve.
2. Desenvolva ofertas de entrada ou 'degustações' que sirvam como pontes para soluções mais complexas, como templates, mini-consultorias ou módulos básicos.
3. Crie conteúdo educativo que ajude o cliente a construir o 'background' necessário, utilizando analogias e exemplos práticos que simplifiquem conceitos avançados.
4. Treine sua equipe de vendas para identificar o nível de 'gosto' do cliente e adaptar a oferta para o 'próximo passo' mais relevante, evitando a venda da solução completa de imediato.
5. Estruture seu portfólio de produtos e serviços em uma 'escada de valor', onde cada degrau representa um avanço lógico e acessível para o cliente.
6. Monitore a progressão do cliente através dos 'próximos passos', ajustando a comunicação e as ofertas para mantê-lo engajado na jornada de valor.

## **Secao 6: CTA**

Como você pode reestruturar sua oferta para vender o 'próximo passo' e não o 'destino final'? Compartilhe sua estratégia ou desafio nos comentários.

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: headline

- 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: subheadline

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.266: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
- seg 3 (00:00:12.600 -> 00:00:19.067) score 0.266: Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu.

Bloco: sections[0].text

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.311: 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 0.293: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.

Bloco: sections[1].title

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.376: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.376: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: sections[1].text

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.255: 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 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.376: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 82 (00:05:52.467 -> 00:05:57.200) score 0.376: Não adianta só chegar no cliente, empurrar a tua solução, mesmo que a tua solução seja melhor,

Bloco: sections[2].text

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.274: 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 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.274: 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: sections[3].title

- seg 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.610: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

- 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,

Bloco: sections[3].text

- 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,

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.295: 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].bullets[0]

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

- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.276: 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[4].bullets[1]

- seg 46 (00:03:00.433 -> 00:03:08.900) score 0.285: Entrada e saída todo o dinheiro dele ali, de gerencial ele faz na mão, ele pega uma folha de papel e começa a notar isso, aquilo lá lá lá

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.285: 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: sections[4].bullets[2]

- seg 37 (00:02:30.233 -> 00:02:36.033) score 0.324: 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 0.272: 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.

Bloco: sections[4].bullets[3]

- 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 41 (00:02:42.933 -> 00:02:47.200) score 0.312: é muito melhor te vender o próximo passo. Então vamos pensar nisso.

Bloco: sections[4].bullets[4]

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

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.331: 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: sections[4].bullets[5]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.331: 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 0.276: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: sections[4].bullets[6]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.280: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

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

Bloco: sections[5].text

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.545: 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.

## LinkedIn

Hook: Seu produto é uma Ferrari, mas o cliente só enxerga um Fusca? O erro não está na qualidade da sua oferta, mas na sua estratégia de vendas. Muitos empreendedores falham ao tentar vender o destino final para quem ainda não desenvolveu o 'gosto' ou o 'background' para apreciá-lo, resultando em vendas perdidas e frustração.

Corpo:

1. É comum encontrar empreendedores que se frustram: eles têm um produto ou serviço de alto valor, que comprovadamente gera retorno, mas o cliente ideal não compra. A sensação é de que o cliente 'não entende' ou 'não valoriza'. Mas a verdade é que o paladar, o gosto e o desejo por algo precisam ser construídos progressivamente.

2. Imagine oferecer um vinho de 1.000 euros para alguém que nunca tomou vinho na vida. Essa pessoa, mesmo que rica, provavelmente não verá a diferença para um vinho de 100 reais. Ela não tem o 'background' construído para apreciar as nuances e o valor intrínseco. O mesmo acontece com seu produto ou serviço.

3. Muitas empresas vendem a 'Ferrari' do seu setor, esperando que o cliente a reconheça como tal. Contudo, para que o cliente perceba essa 'Ferrari', ele precisa ter um histórico de experiências e conhecimentos que o preparem para essa percepção de valor. Sem isso, a oferta parece distante, complexa ou desnecessária.

4. A solução não é simplificar seu produto, mas sim a jornada de vendas. Em vez de vender o destino final, venda o próximo passo lógico e acessível. Se um cliente gerencia suas finanças em papel, oferecer um software de automação completo de imediato pode assustá-lo. Ele não tem o 'gosto' desenvolvido para essa complexidade.

5. Nesse cenário, o 'próximo passo' pode ser uma planilha Excel bem estruturada, com um template e um breve treinamento. Isso resolve um problema imediato (erros de cálculo, organização básica) e começa a construir o gosto do cliente pela organização digital e pela eficiência. Ele não se assusta, aceita a solução e começa a ver valor.

6. Ao experimentar o benefício do Excel, o cliente desenvolve um novo 'paladar'. Ele começa a entender a importância da automação, a desejar mais eficiência e a pesquisar sobre soluções avançadas. É nesse ponto que seu software completo, a 'Ferrari', se torna uma opção desejável e compreensível.

7. Essa abordagem não é apenas uma tática de vendas, é uma obrigação moral. Se seu produto realmente ajuda o cliente, você tem o dever de guiá-lo até ele. Mas empurrar dez passos à frente da realidade dele só o fará recuar. A construção do gosto é um processo, como aprender a apreciar sushi ou vinho, começando pelo básico e evoluindo.

8. Nas redes sociais, isso já é intuitivo: oferecemos conteúdo gratuito para criar gosto, para que a pessoa conheça e, então, compre um produto de entrada, depois uma mentoria. Essa escalada de valor deve ser replicada em todas as suas estratégias de vendas, adaptando a comunicação para o nível de maturidade do cliente.

CTA: Qual 'próximo passo' tangível e de baixo risco você pode oferecer aos seus clientes hoje para começar a construir o 'gosto' pelo seu produto ou serviço principal? Qual metrada concreta você vai acompanhar na próxima semana?

## Fontes internas por bloco

Bloco: hook

- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.336: 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 0.336: 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[0]

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

Bloco: body[1]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.310: 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 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
- 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.

Bloco: body[3]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.381: 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 0.354: 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[4]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.350: tu quer fazer isso numa planilha excel, antidoto, template? Eu te ensino a fazer pra gente passar para o próximo nível.
- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.324: 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 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 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

Bloco: body[6]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.346: 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 90 (00:06:36.800 -> 00:06:50.333) score 0.346: 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 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.421: 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 0.321: 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: ctaQuestion

- seg 100 (00:07:39.200 -> 00:07:43.600) score 0.322: Eu não vou vender lá na frente, eu vou vender a próxima integração. O próximo passo.
- seg 116 (00:08:38.633 -> 00:08:50.367) score 0.322: 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.

## X

Posts avulsos:

1. Muitos empreendedores se frustram: o produto é ótimo, resolve problemas, mas o cliente ideal não compra. A questão não é o produto, mas a percepção de valor que ainda não foi cultivada.
2. Não se vende o céu para quem nunca viu as estrelas. O paladar, o gosto e o desejo por uma solução são construídos. Comece pelo próximo passo, não pelo salto quântico.
3. Vender um software complexo para quem usa papel e caneta? É como oferecer um vinho de 1.000 euros a quem nunca tomou vinho. O susto é maior que o desejo. Venda a planilha, depois o sistema.
4. A 'escalada do gosto' é a chave. Ofereça o 'gostinho', o próximo passo lógico e acessível. Assim, o cliente constrói o background necessário para apreciar e comprar sua solução completa.
5. Sua obrigação moral é vender o que ajuda o cliente. Mas se você vende 10 passos à frente, ele se assusta. Venda o passo 1, depois o 2. Construa a jornada, não force o destino.
6. Pense nos seus hábitos: você não começa a comer sushi com o prato mais exótico. Começa pelo básico. Por que com seu cliente seria diferente? Venda o passo a passo, não o final. Compartilhe com quem precisa aplicar isso hoje.

Thread:

1. Você tem um produto ou serviço que sabe ser transformador. Encontra o cliente ideal, apresenta todos os benefícios, prova que ele vai ganhar mais dinheiro e reduzir custos. No fim, ele não compra.
2. A frustração é real: 'Meu produto é bom, por que ele não comprou? Esse cara é burro?'. A verdade é que o 'paladar' e o 'desejo' por algo precisam ser construídos, não impostos.
3. Imagine oferecer um vinho de 1.000 euros a quem nunca tomou vinho. Ele não verá a diferença para um de 100. O 'background' para apreciar o valor da sua 'Ferrari' ainda não existe.
4. O erro é tentar vender o 'destino final'. Para quem usa papel e caneta, oferecer um software de automação completo é assustador. Ele não pegou gosto pela eficiência ainda.
5. A solução? Venda o 'próximo passo'. Para o usuário de papel, ofereça um template de planilha Excel. Mostre o ganho imediato, sem o susto da complexidade. Ele aceitará, pois é um avanço lógico.
6. Com a planilha, ele começa a ver o valor, a pegar gosto. Depois de um tempo, ele mesmo buscará algo mais avançado. É aí que seu software completo entra, como a evolução natural.
7. Se você adotar essa 'escalada do gosto' na sua cultura de vendas, verá mais conversões. Não venda o céu para quem nunca viu as estrelas. Venda a primeira estrela, depois a constelação. #VendasInteligentes #JornadaDoCliente

Style note: Posts diretos e provocativos, focados em desmistificar erros de vendas e propor soluções incrementais.

## Fontes internas por bloco

Bloco: standalone[0]

- seg 134 (00:09:47.167 -> 00:09:52.900) score 0.384: Não tenta vender destino final, não vender o caminho nem o caminho para quem vai acompanhando o caminho
- seg 1 (00:00:00.000 -> 00:00:08.133) score 0.343: 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[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.376: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 17 (00:01:06.633 -> 00:01:15.833) score 0.376: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Bloco: standalone[2]

- seg 6 (00:00:21.300 -> 00:00:25.133) score 0.324: Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas.
- seg 19 (00:01:17.933 -> 00:01:21.667) score 0.324: Porque eu acredito muito que o paladar, o gosto

Bloco: standalone[3]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.302: 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 0.302: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

Bloco: standalone[4]

- 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,
- seg 70 (00:04:53.167 -> 00:05:02.633) score 0.350: É o próximo passo. Lógico, Eu faço no papel dele fazendo o PC para ele me ajudar a não errar nos cálculos e para dar alguma coisinha,

Bloco: standalone[5]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.146: 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 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.146: 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: standalone[6]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.326: 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 122 (00:09:10.900 -> 00:09:15.267) score 0.326: Tipo, hoje eu comecei comer sushi, amanhã tem uma casa de 2.000 R\$

Bloco: thread[0]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.415: teu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.415: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

Bloco: thread[1]

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.387: 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 0.331: 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: thread[2]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.366: 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[3]

- 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
- seg 51 (00:03:25.067 -> 00:03:27.067) score 0.350: por que não pegou gosto por aquilo ainda?

Bloco: thread[4]

- seg 67 (00:04:38.833 -> 00:04:44.300) score 0.384: 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 0.384: 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[5]

- seg 74 (00:05:20.333 -> 00:05:30.000) score 0.366: 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 73 (00:05:11.933 -> 00:05:20.233) score 0.318: 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.

Bloco: thread[6]

- seg 94 (00:07:02.167 -> 00:07:12.500) score 0.350: e a pessoa compra o produto, mas entrada, depois compra mentoria. E esse é o processo da escalada, é tu fazer a pessoa ter gosto por aquilo, tu criar esse gosto na pessoa

- seg 119 (00:08:54.967 -> 00:09:01.633) score 0.350: 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,

Bloco: notes.style

- 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.

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.298: 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.