

5 Passos Para Criar O Seu Negócio Online Altamente Lucrativo

Tudo O Que Você Precisa Saber Para Começar O Seu Negócio Online Altamente Lucrativo



João Barreto - O Autônomo na WEB!

5 Passos Para Criar O Seu Negócio Online Altamente Lucrativo

[Por João Barreto](#)

ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Todas as informações contidas neste passo a passo são provenientes das minhas experiências pessoais ao longo dos anos.

Embora eu tenha me esforçado, ao máximo, para garantir a precisão e a mais qualidade dessas informações e acredite que todas as técnicas e métodos aqui ensinados sejam altamente efetivos, eu não me responsabilizo por erros ou omissões.

Sua situação e/ou condição particular pode não se adequar perfeitamente aos métodos e técnicas ensinados neste passo a passo. Assim, você deverá utilizar e ajustar as informações deste passo a passo de acordo com sua situação e necessidades.

Todos os nomes de marcas, produtos e serviços mencionados neste passo a passo são propriedades de seus respectivos donos e são usados somente como referência.

DIREITOS AUTORAIS

Este passo a passo está protegido por leis de direitos autorais. Todos os direitos sobre o passo a passo são reservados. Você não tem permissão para vender este passo a passo nem para copiar/reproduzir o conteúdo do passo a passo em sites, blogs, jornais ou quaisquer outros veículos de distribuição e mídia. Qualquer tipo de violação dos direitos autorais estará sujeita a ações legais.

Vamos Nos Conectar?

Segue abaixo os meus principais contatos. Então vamos bater um papo?

Espero por você! 

- [Meu Blog Pessoal:](#)
 - AutonomoNaWeb.com
- [Minha Página No Facebook:](#)
 - Facebook.com/Automonawebcom
- [Meu Perfil No Instagram:](#)
 - Instagram/joao_barreto_net

Sumário

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 1 – Mentalidade.....	7
Valor	8
Frustrações	8
Escalabilidade.....	9
Soluções	9
Siga Em Frente	9
Minimalize Quando Possível.....	9
Para Ter Sucesso no Seu Negócio Online é Necessário Focar em Longo Prazo Criando ou Gerando Valor Para a Sociedade	9
Ativos	10
Fracassos e Conquistas	10
Aprenda a Aprender.....	11
Habilidades	11
Aprenda a dizer NÃO	11
O Princípio de Pareto – A Regra 80/20.....	11
Avalie Seus Resultados	11
Seja Adaptável.....	12
Saia da Zona de Conforto	12
Não Tenha Medo	12
Não Pare!.....	13
Conclusão	13
Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 2 – OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS	15
DropShipping	15
Compras Coletivas.....	16
Comparadores de Preços	17
Marketplaces.....	17

Canais Publicitários	18
Produtos Digitais.....	19
Produto de Informação	19
Aplicativos ou Ferramentas (Download).....	19
Serviços Web	19
Baseados em Conteúdo	19
Baseados em ferramentas	19
Conclusão	20
Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 3 – VALIDAÇÃO	21
Esboço do Negócio Online Altamente Lucrativo	21
Check-list Para o Processo de Validação de um Negócio Online Altamente Lucrativo.....	22
Processo de Validação de um Negócio Online Altamente Lucrativo	24
Análise das Métricas e Indicadores	27
Processo de Validação Aprimorado.....	29
Negócio Online Altamente Lucrativo Validado!.....	33
Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 4 – LANÇAMENTO.....	35
Introdução à Lançamento de Produto Para um Negócio Online Altamente Lucrativo.....	35
Quando Passar Para Produção?	36
Check List Antes do Lançamento	37
Dois Cenários de Lançamento.....	39
Negócio Online Altamente Lucrativo Cenário A – (Versão Beta).....	39
Negócio Online Altamente Lucrativo Cenário B – (Produto Pronto)	42
Funil Básico de Aquisição de Clientes.....	43
Valor Médio do Cliente.....	46
Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 5 – ITERAÇÕES E MELHORIAS.....	49

Introdução a Iterações e Melhorias.....	49
Ciclo de Vida do Produto	50
Agora que você já viu que um produto pode ter um tempo de vida, vamos ver então os 2 principais motivos disso.....	53
E agora qual é que é o desafio?.....	54
Processo de Iteração Para Versão X. Y. em um Negócio Online Altamente Lucrativo.....	55
Ferramentas Para Iterações e Melhorias de um Negócio Online Altamente Lucrativo.....	57
Processo Inteligente Para Iterações e Melhorias em um Negócio Online Altamente Lucrativo.....	60

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 1 - Mentalidade

O primeiro passo a tomar nessa nossa empreitada de empreendedor é adquirir a **mentalidade** correta, livrando-se de crenças limitantes, superando frustrações e desafiando-se a sair da zona de conforto.

Tenha em mente que todos somos iguais. Todos nós podemos empreender! Basta que levemos a sério, tenhamos foco, dedicação, determinação, persistência, estudemos bastante e tenhamos consciência de que na maioria das vezes o sucesso esperado por nós leva tempo.

*O ser humano está para o **empreendedorismo** assim como ele está para o homem.*

Não foque no dinheiro, dinheiro não é tudo, infelizmente é necessário neste mundo de meu Deus para pagarmos as nossas contas e para podermos viajar, realizar qualquer outro sonho que queremos.

Foque em como você pode ajudar as outras pessoas com o seu conhecimento e o dinheiro por si só virá como consequência. Faça novas amizades, tenha prazer em aprender mais e mais e a compartilhar.

Não desista nunca! Tire essa palavra do seu dicionário. Erre, errar você pode, e errar você vai, não somos perfeitos e só assim você saberá se está no caminho certo.

Não existe ninguém melhor do que ninguém, algumas pessoas levam mais tempo do que outras para aprender determinada coisa. Cada um tem seu tempo. Estude, coloque em prática e busque melhorar sempre. Não peça nada a ninguém, não bajule, não implore ou se rebaixe, não puxe o saco, não se lamenta ou se queixe. Corra atrás do seu e mostre o seu potencial.

Invista em você, no seu aprendizado, ok comece grátis! Mas faça, não seja preguiçoso, você só não ganhará, só não terá resultados se for preguiçoso. Largue a novela, o futebol, a cerveja, os jogos de azar, essas coisas só te atrapalham e te atrasam.

Nesse primeiro passo citarei alguns livros para você começar a ler e mudar sua realidade, abrir e expandir a sua mente para conhecer novas realidades.

Se você quer realmente ganhar dinheiro e melhorar a sua vida financeira, você deve ter uma mentalidade de sucesso. Então o primeiro livro que eu recomendo é: **A ciência para ficar rico**, este livro ensina a transformar pensamento em ação. Aqui você vai encontrar os principais conceitos, técnicas e recursos para que você tome a direção certa para a realização dos seus objetivos pessoais.

1.1 – Valor

Como disse no tópico acima, foque em como você pode ajudar as pessoas com o seu conhecimento. O que você sabe hoje ou o que você quer nos seus negócios que possam gerar valor para as pessoas?

Por exemplo, podemos criar um treinamento em vídeo de “Educação Física”, então, qual será o valor que a pessoa realmente vai ter?

Se realmente o treinamento for de qualidade e se ela perceber isso e tiver bons resultados com o treinamento, então conseguimos realmente gerar valor para aquela pessoa.

1.2 – Frustrações

Durante a nossa jornada de empreendedor, muitas vezes nos sentiremos frustrados, seja porque não conseguimos fazer algo, seja por estar bloqueados por alguma coisa ou porque não conseguimos os resultados esperados.

Mas não devemos nos dar por vencidos e abandonar tudo. Devemos aprender com os erros e buscar soluções para seguirmos em frente.

1.3 – Escalabilidade

Devemos sempre pensar em escalabilidade nos nossos negócios, em como gerar valor para um maior número de pessoas, sem comprometer o nosso tempo e com a mesma qualidade de sempre.

1.4 – Soluções

Foque na solução e não no problema. Aprenda com os erros do passado para que não seja repetido em outras situações. Concentre-se nos pontos fortes e pense *“O que eu posso fazer daqui para frente?”*.

1.5 – Siga Em Frente

Quando vamos fazer algo novo, como um novo projeto, aprender alguma coisa nova, às vezes bloqueamos. Apesar da dor, não procrastine e faça, siga em frente, só assim você sairá da sua zona de conforto e irá para o próximo nível.

1.6 – Minimalize quando possível

Consuma menos e produza mais, com isso você conseguirá mais abundância. Muitas vezes somos levados pelo consumismo e acabamos comprando, às vezes, aquilo que depois descobrimos que nem precisávamos ou que ao longo do tempo fica esquecido e nem mais utilizamos. Por exemplo: Compramos muitos calçados e roupas e nem nos damos conta de que ao longo dos anos utilizamos uma ou duas vezes.

Comece a reduzir seus bens de consumo e foque realmente naquilo que é necessário para sua vida, seja no pessoal ou no trabalho.

1.7 – Para Ter Sucesso no Seu Negócio Online é Necessário Focar em Longo Prazo Criando ou Gerando Valor Para a Sociedade

Criar valor demanda tempo, algumas pessoas terão resultados mais rápidos e outros mais lentos, e você não deve se frustrar com isso, pois somos diferentes, nossas experiências de vida são diferentes, nossas habilidades e

conhecimentos são diferentes. Mas todos somos capazes de criar e ensinar algo para alguém.

Devemos estudar, nos descobrir, nos auto avaliar e verificar quais habilidades, experiências e conhecimentos temos e que podemos criar, compartilhar e assim agregar valor para com a sociedade.

[O livro best-seller “The Millionaire Fastlane” \(Versão Brasileira: A Via Expressa dos milionários\)](#), escrito por MJ DeMarco, que explica a via expressa utilizada pelos milionários, aborda muito bem esse conceito.

1.8 – Ativos

Pare de consumir bens que você não precisa e passe a focar no que é necessário produzindo materiais de qualidade. Esses materiais de qualidade serão os seus Ativos, onde você criará uma única vez e monetizará ao longo do tempo, sendo necessário somente sempre a busca de melhoria desses materiais.

O livro [Pai Rico, Pai Pobre](#) demonstra como as finanças pessoais devem ser geridas e como é possível fazer com que o dinheiro trabalhe para você e gere ainda mais dinheiro. Traz também consigo conceitos importantes sobre ativos e passivos em termos de negócios – conceitos essenciais para qualquer um que queira ganhar dinheiro consistentemente na internet.

1.9 – Fracassos e conquistas

Comece a analisar o seu passado e tome nota dos seus fracassos e suas conquistas. O que você aprendeu com eles?

Todo nosso conhecimento é válido para todos e às vezes você não sabe, mas podem e existem muitas pessoas que buscam saber como funciona aquilo que você já sabe.

1.10 – Aprenda a aprender

Aprender a aprender coisas você será autossuficiente. Busque sempre mais e mais informação, não se limite. Pesquise, estude, DEVORE, seja em livros, internet, áudio, vídeo. Tome notas, organize as ideias e comece a criar, parta para a ação, coloque suas ideias em prática.

1.11 – Habilidades

Busque sempre desenvolver novas habilidades, aprender coisas diferentes, expandir seus conhecimentos e colocar em prática aquilo que aprendeu apesar das adversidades.

1.12 – Aprenda a dizer NÃO

A nossa caminhada de empreendedor é muito longa, e no meio do caminho, encontraremos vários tipos de obstáculos. Como pessoas negativas, pressões da sociedade, convites para baladas, parcerias e entre outros.

Muitos desses obstáculos podem fazer você se desviar do seu caminho. E para que isso não aconteça é necessário que reflitamos o que realmente queremos para nós e para o nosso negócio.

Pare, reflita e decida qual é o seu propósito e aprenda a dizer NÃO, só assim você conseguirá escalar o seu negócio online ou offline.

1.13 – O Princípio de Pareto – A Regra 80/20

Esse princípio auxilia você a mapear processos importantes de forma a focar nos que trazem mais resultados para você e seus negócios. A regra diz que 20% de suas ações retornam 80% dos resultados.

1.14 – Avalie Seus Resultados

Anote todo e qualquer tipo de ação que você faz na implementação do seu negócio.

Analisando seus resultados você tomará decisões baseados em dados e não em emoções e só assim saberá se o seu produto, negócio ou serviço vai dar certo ou não.

No livro [Os Segredos da Mente Milionária](#) são mostrados 17 modos de pensar e agir que distinguem os ricos das outras pessoas. Ele mostra que nossos pensamentos conduzem a sentimentos. Sentimentos conduzem a ações. E ações conduzem a resultados.

1.15 – Seja Adaptável

O mundo muda constantemente e não podemos ficar para trás, precisamos nos adaptar e usar o poder das novas tecnologias. Medir métricas e ir além. Aprender a ouvir o que as pessoas querem e assim melhorar os nossos produtos e serviços.

1.16 – Saia da zona de conforto

Cada vez que aprendemos uma nova habilidade, pode não parecer confortável. Quanto mais fazemos mais vai expandindo a nossa zona de conforto e fica mais confortável e com isso podemos fazer mais coisas que antes achávamos que não conseguiríamos.

O livro [Trabalhe 4 Horas por Semana](#) descreve conceitos, técnicas e ferramentas aplicáveis para você sair da zona de conforto, valorizar o desempenho e prioridades em vez do tempo. Trás também consigo lições para você aumentar a sua produtividade e mostra como a tecnologia pode funcionar ao seu favor em termos de automatização de negócios.

1.17 – Não tenha medo

Como disse todos nos podemos empreender. E no começo será difícil, mas apesar do medo, não fuja, não desista, corra atrás, coloque a mão na massa e faça e aos poucos você melhorará.

O livro [Poder Sem Limites](#) apresenta técnicas de Programação Neurolinguística para o sucesso pessoal e profissional. Nele você vai descobrir como conquistar todos os seus objetivos por meio de estratégias científicas. Reprogramando e

controlando seu cérebro para livrar-se de limitações. Um guia completo e didático, que contém até eficientes dicas de nutrição e exercícios físicos e respiratórios para garantir mais saúde e energia. Tenha domínio absoluto sobre seu destino e atinja o máximo em todas as áreas da vida.

“Eu tentei 99 vezes e falhei, mas na centésima tentativa eu consegui, nunca desista de seus objetivos mesmo que esses pareçam impossíveis, a próxima tentativa pode ser a vitoriosa.” – Albert Einstein, físico alemão um dos maiores gênios do século xx – 1879 – 1955

1.18 – Não Pare!

Amplie mais e mais a sua mentalidade e encontre algum tipo de propósito para impactar a sociedade tanto com seus empreendimentos ou algum trabalho voluntário e não pense só no dinheiro.

Conclusão

E aqui nós terminamos o nosso primeiro passo para criarmos o nosso Negócio Online Altamente Lucrativo.

Lembre-se esse primeiro passo que fala sobre Mentalidade é uma das mais importantes da nossa jornada, pois você precisará dela para ter e manter a mente aberta e não fraquejar no meio do caminho.

Como atividade prática, eu recomendo fortemente a leitura dos livros que citei durante esse primeiro passo:

1 – **A ciência para ficar rico de Wallace D. Wattles**, onde você vai encontrar exemplos práticos para a remoção de crenças limitantes de forma a focar na abundância financeira;

2 – **Os Segredos da Mente Milionária** de T. Harv Eker, onde você descobrirá a verdade por trás das crenças limitantes relacionadas com o dinheiro e a abundância financeira;

3 – [O livro Pai Rico, Pai Pobre](#) de Robert T. Kiyosaki, onde você aprenderá os conceitos sobre educação financeira, a corrida dos ratos e como sair dela através da criação de ativos;

4 – [Trabalhe 4 Horas por Semana](#) de Timothy Ferriss, onde você aprenderá os conceitos sobre produtividade, criação de negócios digitais e terceirização;

5 – [Poder Sem Limites](#) de Anthony Robbins, onde você aprenderá técnicas de Programação Neurolinguística para o sucesso pessoal e profissional;

6 – [A Via Expressa dos milionários](#), de MJ DeMarco, onde você aprenderá mais sobre finanças, empreendedorismo e negócios de alto impacto.

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 2 – OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

No segundo passo falaremos sobre Oportunidades de Negócios. E elas são inúmeras. Mas para facilitar, eu separei 6 oportunidades de negócios mais lucrativas no mundo digital até o momento. São elas: O *DropShipping*; Compras Coletivas; Comparadores de Preços; *Marketplaces*; Canais Publicitários e Produtos Digitais.

1 – *DropShipping*

O *DropShipping* é sem dúvida uma das melhores oportunidades de negócios para começar a ganhar dinheiro na internet trabalhando em casa.

Você cria uma loja virtual ou já pega um modelo pronto. Insere os produtos que quer vender. E quando um cliente solicitar um produto, o fornecedor tratará de enviar o produto para esse cliente.

Vantagens:

- Você pagará um preço muito mais baixo pela mercadoria;
- Todo processo de logística é feita pelo fornecedor;
- Há milhares de fornecedores disponíveis no mercado;
- Não há estoque de produtos físicos.

Desvantagens:

- Taxas alfandegárias;
- Falta de estoque;
- Bloqueios alfandegários;

- Extravios e demoras.

2 – Compras Coletivas

Os sites de compra coletiva têm como finalidade vender produtos e/ou serviços com descontos que podem chegar até 90%.

É interessante para o consumidor que consegue adquirir o produto/serviço mais barato e para o fornecedor que consegue ganhar no volume de vendas.

Nesta oportunidade de negócio é possível obter uma porcentagem por venda (5% ou 10%).

Vantagens:

- Transacional (% volume de vendas);
- Produtos/serviços quentes.

Desvantagens:

- Competidores estabelecidos;
- Criação de uma grande equipe de vendas/MKT.

Alguns Exemplos de sites de Compras Coletivas:

- [ValeJunto \(URL\)](#) – É um site que busca as melhores ofertas por cidades dentro das principais redes de compra coletiva que oferecem um desconto diário pela Internet, reunindo todas as melhores ofertas de sua cidade em uma única página;
- [SabeMe \(URL\)](#) – É o maior agregador de cupom de desconto da América Latina. Tem como objetivo central promover o encontro entre consumidores em busca de bons descontos e anunciantes com ofertas incríveis;
- [Rede Coletiva \(URL\)](#) – É um portal que reúne as ofertas de sites de compra coletiva;
- [Groupon \(URL\)](#) – Principal site de compras Coletivas do Brasil, com ofertas de 50% a 90% de desconto em restaurantes, fitness, viagens, produtos, beleza, spa, etc...;
- [Peixe Urbano \(URL\)](#) – É a primeira e maior empresa de e-commerce local do Brasil. Com mais de 25 milhões de usuários cadastrados e milhares de ofertas de gastronomia, entretenimento, estética, turismo e produtos;
- [ViajarBarato \(URL\)](#) – É um site de venda de pacotes, hotéis, passagens, passeios, cruzeiros, e outros produtos relacionados ao mercado de turismo e entretenimento.

3 – Comparadores de Preços

São sites que exibem em uma única página, as várias opções de produtos, preços e serviços de entrega de outros sites.

Nesta oportunidade de negócio iremos obter ganhos por click.

Iremos entrar em contato com os sites que querem anunciar em no nosso site e definiremos quanto por click este site deve pagar toda vez que um cliente em potencial clica em seu link.

Ou podemos ganhar por ação. Toda vez que o usuário realizar uma compra adquirida por meio do nosso site, o vendedor irá repassar uma porcentagem do valor desta venda.

Vantagens:

- Métricas mensuráveis;
- Decisão de compra (direto).

Desvantagens:

- Fornecedores e equipe de vendas (muito grande para ligações);
- Complexidade de arquitetura.

Alguns Exemplos de sites Comparadores de Preços:

- [JáCotei \(URL\)](#) – Disponibiliza gratuitamente para as pessoas físicas, uma importante ferramenta de utilidade pública na comparação de preços em lojas físicas e virtuais, fornecendo ao mercado informações referenciais de preços de produtos nessas lojas;
- [Buscapé \(URL\)](#) – É o maior site de comparação de preços e produtos da América Latina, que permite usuários comprarem de forma mais econômica;
- [Zoom \(URL\)](#) – Aqui você encontra os melhores preços só em lojas confiáveis.

4 – Marketplaces

É uma oportunidade de negócio de comércio eletrônico que funciona como um *shopping center* e onde o cliente pode comprar vários produtos, serviços, de diferentes lojas, segmentos e marcas.

Vantagens:

- Porcentagem sobre cada transação.

Desvantagens:

- Equipe eficiente para desenvolver a plataforma;
- Escalabilidade dos servidores;
- Criação de uma grande equipe de vendas/MKT.

Alguns Exemplos de sites *Marketplaces*:

- Hotmart (URL) – É uma plataforma brasileira que oferece recursos para auxiliar o gerenciamento de afiliados de negócios digitais;
- [Envato \(URL\)](#) – *Marketplaces* de materiais gráficos, códigos de programação, materiais audiovisuais e outros;
- [Freelancer \(URL\)](#) – Um dos maiores *Marketplaces* para trabalho e recrutamento de *Freelancers* com habilidades das mais diversas.

5 – Canais Publicitários

É uma oportunidade de negócio onde é utilizado um canal online com vários conteúdos relacionado com o tema e depois são monetizados através de diferentes tipos de mídia (*Banners*; Posts Patrocinados; etc...).

Vantagens:

- Contratos recorrentes;
- Monetização com diferentes tipos de mídia (*AdSense*).

Desvantagens:

- Criação de conteúdo (demora bastante tempo para ranquear através do SEO e ter um impacto nos motores de busca);
- Crescimento lento (SEO e compartilhamento); Equipe de produção de conteúdo relativo.

Alguns Exemplos de sites de Canais Publicitários:

- [Hypeless \(URL\)](#) – É o maior site de inovação e criatividade do Brasil;

- [Brainstorm9 \(URL\)](#) – É um site brasileiro independente sobre criatividade, inspiração, social media, propaganda e comunicação digital;
- [Papo de Homem \(URL\)](#) – É um site de conteúdo masculino.

6 – Produtos Digitais

Esta oportunidade de negócio é a que mais cresce ultimamente no Brasil. Os produtos digitais são produtos entregues por meio eletrônico, ou seja, não são produtos físicos.

6.1 – Produtos de Informação

São produtos que podem ser livros digitais, treinamentos digitais, guias digitais que são passados através de informação como áudio, vídeo ou texto.

6.2 – Aplicativos ou Ferramentas (Download)

São produtos que podem oferecer *Plugins WordPress, Templates para websites, Templates gráficos*, planilhas para gerenciamento financeiro.

6.3 – Serviços Web

São produtos que oferecemos como uma plataforma web, onde hospedamos e oferecemos o acesso a essa plataforma de forma mensal/anual.

6.3.1 – Baseados em conteúdo

Produto digital ou serviço digital de informação.

6.3.2 – Baseados em ferramentas

Oferecemos uma plataforma web para desenvolvimento de sites ou *landing pages, Email marketing* ou cobrar recorrente para gerenciamento de finanças, etc...

Vantagens:

- Não precisamos de lugar para estocar produtos físicos;
- Não precisamos enviar para o correio e nem rastreamento;
- Complexidade de desenvolvimento é mais baixa;

- Agregar valor, automatizar e monetizar.

Desvantagens:

- Concorrência em alta.

Exemplo de um Produto Digital:

- [Libertação Digital® – \(Clube Privado\)](#) – É um clube privado de empreendedorismo digital mais renomado no Brasil. O treinamento foi projetado para agilizar o processo de desenvolvimento e crescimento de negócios (ativos) 100% digitais e automatizados com foco em produtos de informação e ferramentas.

Conclusão

E aí, gostou das **oportunidades de negócios** relacionados acima? Já conhecia alguma delas?

Neste segundo passo, recomendo que você estude cada uma das *oportunidades de negócios* citadas e escolha uma delas para colocar em prática.

Se não gostou ou não se identificou com nenhuma delas, não tem problema, como eu disse existem inúmeras oportunidades de negócios que você pode implementar.

A única coisa que você não pode fazer é deixar de fazer

Então pesquise, escolha e estude a oportunidade de negócio que você mais gosta e prepare-se para colocar a mão na massa nos próximos passos.

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 3 – VALIDAÇÃO

O terceiro passo é o passo mais importante do seu **negócio online altamente lucrativo**. Veremos como validar a nossa oportunidade de negócios e entender se ela será rentável ou não. 97% dos negócios online e até mesmo offline fracassam porque não colocam em prática essa estratégia.

Aprenderemos também a analisar as principais métricas que indicarão se estamos no caminho certo e qual ponto devemos melhorar.

1 – Esboço do Negócio Online Altamente Lucrativo

Antes de entrarmos no processo de validação vejamos o que é preciso ter em “mãos”:

Por exemplo, digamos que a nossa ideia de negócio é vender um e-book sobre Saúde e Bem Estar.

Então o que devemos primeiramente fazer é criar um sumário de conteúdo do nosso e-book com introdução, capítulos e seções.

Tenha em mente que você não precisa, ou melhor, não deve criar o produto por inteiro, porque senão podemos perder tempo, energia e dinheiro caso as pessoas não tenham interesse de compra pelo produto.

Para esse processo de validação você pode criar no mínimo umas 7 páginas de exemplos, para as pessoas verem que o livro já está pronto e já comecem a “degustar” das primeiras páginas do livro.

Depois disso você deve criar uma capa, na ecover, uma capa 3D, porque elas dão mais a tangibilidade.

Baseado nesse esboço que fizemos você deve então desenvolver a sua carta de vendas com a sua oferta, mais bônus e todas as vantagens que ela terá ao adquirir o produto que você está oferecendo, agregando valor para pessoa e também oferecendo a possibilidade dela comprar.

Caso você ofereça esse livro somente por meio digital, você deve colocar embaixo do botão de compras mencionando que o material é digital e nada vai ser enviado para a casa do comprador.

Inspire-se com alguns exemplos de cartas de vendas de e-book:

- [A Via Expressa dos Milionários;](#)
- [Como Investir Dinheiro;](#)
- [eBook “Alocação de Ativos”;](#)
- [Formula Negocio Online;](#)
- [Emagrecer De Vez.](#)

2 – Check-list Para o Processo de Validação de um Negócio Online Altamente Lucrativo

O primeiro item do nosso check-list de validação é a aquisição de um domínio.

Como escolher um domínio?

Não existe uma regra geral, mas é recomendado pegar domínios curtos, fáceis de serem lembrados e que inclua pelo menos uma palavra chave do nosso nicho.

O segundo item do nosso check-list de validação é a aquisição de um servidor.

O servidor que eu utilizo é o [hosgator](#), e não tenho o que reclamar, oferece serviços de hospedagem de sites ilimitados com ótimos recursos, preços e suporte.

Outros recomendados são:

- [Media temple](#): Hospedagem de Websites através de servidores compartilhados e planos wordpress;

- [LocaWeb](#): Tem um intuitivo painel de controle com facilidade na gerência de domínios e websites;
- [Parque Internet](#): Plataforma com planos de hospedagem de preço mais acessível ao mercado brasileiro;
- [Namecheap](#): Mais de 3.000.000 domínios registrados e mais de 800 mil clientes;
- [T35 Hosting](#): É possível criar websites e backups gratuitos, tem atendimento 24 horas. 99,9% de disponibilidade.

O terceiro item do nosso check-list de validação é a aquisição de um plugin para criação de uma Landing page.

Landing Page é uma página online que colocaremos a nossa carta de vendas e mostraremos para saber se as pessoas querem comprar ou não.

Para o plugin você pode utilizar um desses abaixo:

- [WP ProfitBuilder](#): Plugin fácil de criação de páginas de captura e páginas de vendas;
- [InstaBuilder 2.0](#): Plugin alternativo e bastante conhecido para criação de Landig Pages e páginas de capturas em WordPress;
- [Optimize Press](#): plugins WP de criação de páginas de captura e páginas de vendas com layout profissional e agradável.

O quarto item do nosso check-list de validação é a aquisição de uma ferramenta de email marketing.

Para o email marketing você pode utilizar um desses abaixo:

- [MailChimp](#): Você pode criar contas gratuitas com até 2000 contatos e enviar até 12000 mensagens por mês;
- [Aweber](#): Tem uma interface organizada, intuitiva e com recursos de altíssima qualidade. Você pode testar o serviço por apenas \$1 no primeiro mês;
- [iContact](#): Permite que você gerencie, colete até 1000 contatos gratuitamente utilizando o plano gratuito, crie mensagens automáticas e envie emails em massa;
- [NitroNews](#): Oferece um plano gratuito com direito a 1000 créditos mensais. Para cada mensagem enviada 1 crédito é utilizado.

O quinto e último item do nosso check-list de validação é a criação de uma conta no [Google Analytics](#) (a criação da conta é gratuita).

Com a conta do Google Analytics criada, copie o seu código e cole no seu wordpress, pois assim saberemos quantas pessoas acessaram cada uma de nossas páginas.

3 – Processo de Validação de um Negócio Online Altamente Lucrativo

Na nossa carta de vendas (landing page) nós devemos ter uma página de contato, para que as pessoas consigam nos contactar caso necessário.

Também é necessário ter página de termos de uso e política de privacidade, principalmente para que possamos conseguir também anunciar através do Google Adwords, Bing Ads, FaceAds, etc., pois eles requisitam que tenhamos essas duas páginas com as informações legais de termos de uso e privacidade.

Na parte de cima da landing page você pode colocar uma logo (opcional). Logo abaixo você vai colocar a sua Headline. Abaixo da Headline vai ter a capa do nosso livro em 3d com todos os benefícios, vantagens e bônus que estamos oferecendo ao adquirir o nosso produto.

Abaixo dessa nossa oferta nós colocaremos o botão de compra (SIM, QUERO TER MAIS SAÚDE) com os ícones dos meios de pagamento e o preço, a discriminação do que a pessoa vai levar: pacote completo do programa de treinamento, por apenas 12 x R\$ 9,97, por exemplo.

Agora iremos testar se as pessoas tem interesse de compra desse nosso e-book, enviando trafego através principalmente de palavras chave, pode ser através do Google Adwods, Bing Ads ou através de anúncios do Facebook Ads.

Quando a pessoa clicar nesse botão, ou seja, ela tem o interesse de compra da sua oferta, então ela vai ser redirecionada para outra página, que é a nossa

estratégia da lista de espera, porque nesse momento o nosso produto não está pronto ainda.

Nesta página vai ter a logo, embaixo você vai colocar: *“No Momento Nosso Treinamento Está Sendo Reformulado e Ele Estará Disponibilizado no Mercado Dentro de Algumas Semanas. Se Você Tiver Realmente Interesse Em Adquiri-lo O Valor é 12 x R\$ 9,97, Se Você Realmente Tiver Interesse Entre com seus dados no formulário abaixo e Assim Que O Produto Estiver Pronto Para Ser Disponibilizado Você será notificado por Email”*.

Nesse formulário vai ter um campo para nome da pessoa, outro campo para o Email de contato e um campo adicional que é o motivo pelo qual ela quer adquirir o seu produto (e que iremos utilizar esse motivo para notificar a pessoa que mais tem interesse primeiro).

Porque esse campo adicional é importante? Porque quando a pessoa começa a escrever o motivo, ela começa a se convencer de que ela precisa adquirir o seu produto, e isso vai tocar no gatilho, que é o gatilho do comprometimento, ou seja, se ela escreveu o motivo, sabe do preço e ela está se comprometendo consigo mesma, e depois ela não adquirir, ela vai sentir desconforto.

Também é bom para filtrar quais são realmente as pessoas que querem comprar o seu produto. Depois que elas entrarem na lista de espera, você vai pegar o Email, o nome para contatar com essa pessoa, quando as vagas tiverem disponíveis e o motivo.

Essa estratégia gera outro gatilho que é a antecipação, pelo fato dela querer comprar e não conseguir vai gerar antecipação e vai aumentar a probabilidade dela querer comprar e do comprometimento também.

Nós iremos pegar aqui um tráfego semifrio e depois esse tráfego semifrio, as pessoas que já tem interesse na compra nós iremos selecionar as mais quentes, as pessoas que estão mais preparadas para comprar.

Vamos utilizar o Email marketing, por exemplo, o [Mailchimp](#), então você vai colocar esse formulário de cadastro direto na sua conta do Mailchimp, e lá você pode nesse momento criar uma conta onde você pode coletar até 2000 emails gratuitamente.

Quando a pessoa clicar no botão de espera, nós podemos fazer duas coisas, ou um **Single Optin** ou um **Double Optin**.

O que é um Single e um Double Optin?

O **Single Optin** é quando a pessoa coloca os dados no nosso formulário, clicou no botão de espera, ela será automaticamente cadastrada no banco de dados do nosso Email. Então quando ela clicar no botão, ela já vai direto para uma página Obrigado: *“o seu pedido foi registrado e você está na lista de espera agora.”*

Já o **Double Optin** é quando a pessoa coloca os dados no nosso formulário, clicou no botão de espera, antes de ser cadastrada no banco de dados do nosso Email, ela vai para uma página de confirmação: *“Por favor, confirme o seu Email”*.

Então ela vai ter que acessar o Email dela, o Mailchimp vai enviar um Email com um link de confirmação, ela vai ter que clicar no link daquele Email e depois vai ser cadastrada no banco de dados do nosso Email e vai para a página de obrigado: *“o seu pedido foi registrado e você está na lista de espera agora”*.

Ou seja, no **Double Optin** a pessoa precisa expressamente dizer que ela é ela mesma clicando nesse link de Email, porque no **Single** a pessoa pode colocar qualquer Email de spam, por exemplo, que vai ser confirmado na nossa lista, então normalmente queremos deixar essa lista “higienizada”.

Ou seja, no **Double** a pessoa expressamente confirma que é ela mesma e os dados são mais acurados com o **Double**, quando possível utilize o **Double**, porque a pessoa confirma que quer entrar na lista de espera e também indica

que ela está mais quente, ou seja, ela está mais preparada para fazer a compra quando o material estiver disponível.

Veja alguns exemplos de cartas de vendas:

- [A Via Expressa dos Milionários;](#)
- [Como Investir Dinheiro;](#)
- [eBook “Alocação de Ativos”;](#)
- [Formula Negocio Online;](#)
- [Emagrecer De Vez.](#)

4 – Analise das Métricas e Indicadores

Agora que já temos tudo instalado e configurado precisaremos gerar tráfego para o nosso site. Com isso iremos saber quantas pessoas entraram no nosso site, quantas pessoas clicaram no botão que é interesse (indicador 1) e depois as pessoas que de fato preencheram o formulário e foram para a página de confirmação (indicador 2).

Existem muitas formas para a geração de tráfego e a melhor delas é através de anúncios patrocinados, mais precisamente das palavras chave (ex.: Google Adwords ou Bing Ads), isso porque quando a pessoa está ativamente digitando aquelas palavras chave ela está interessada no assunto e isso aumenta a nossa conversão.

Ao contrário do Facebook Ads, que só fazemos a segmentação por interesse, mas a pessoa não está ativamente procurando sobre aquele assunto no momento.

Para que o nosso processo de validação obtenha estatísticas significativas, devemos trazer para o nosso site cerca de 3.000 a 5.000 pessoas.

Nos anúncios patrocinados, vamos trabalhar aqui com o Google Adwords, para cada pessoa que clicar no nosso anúncio e for para o nosso site, o Google descontará na nossa conta.

Então, digamos que conseguimos R\$ 0,10 pelo clique, isso significa uma pessoa que chegou no nosso site. Com R\$ 1,00 trazemos 10 pessoas, com R\$ 10,00 trazemos 100 pessoas, com R\$ 100,00 trazemos 1.000 e assim por diante.

Suponhamos então que conseguimos 1.000 pessoas para o nosso site, e que o valor do nosso produto é de R\$ 100,00. Caso convertamos 1% dessas pessoas, se 1 pessoa comprar o nosso produto, então encontramos o ponto de empate.

O que é uma conversão aceitável?

É quando encontramos esse ponto de empate ou um lucro acima disso.

Dessas 3.000 a 5.000 pessoas que entraram no nosso site, quantas chegaram a página de confirmação?

É assim que encontraremos a nossa conversão, teremos a taxa de conversão para a lista de espera (TxLe). A primeira coisa que teremos que fazer é encontrar primeiro a TX de conversão que são as pessoas que entraram na nossa lista de espera.

Seguindo o exemplo acima, onde a taxa das pessoas que entram no nosso site e vão para a lista de espera é de 1%, de cada 100, 1 entra, então vamos a seguinte simulação:

Anunciando, por exemplo, R\$ 500,00 conseguimos trazer 5.000 pessoas a R\$ 0,10 o clique. Olhando pelo cenário do tráfego otimista vamos supor que consigamos 10.000 pessoas e o cenário do tráfego pessimista com 5.000 pessoas.

Com uma taxa de conversão a 1% para a lista de espera, vamos ter no cenário do tráfego pessimista (1% de 5.000 = 50) e no cenário do tráfego otimista (1% de 10.000 = 100), então caso todas comprassem, no cenário pessimista (50 x R\$ 100,00 = R\$ 5.000,00) e no cenário otimista (100 x R\$ 10.000,00).

Devemos ter em mente que nem sempre todas as pessoas que entram na nossa lista vão comprar o nosso produto quando ele estiver pronto para ser lançado no mercado. Isso vai depender de diversos fatores, pode acontecer que a pessoa não tenha dinheiro naquele momento ou comprou algo similar que resolveu o seu problema.

Para isso devemos calcular também a taxa de conversão real que normalmente vai de 25 a 50%. Então obteremos os seguintes resultados finais. Para a taxa de conversão real pessimista (cenário do trafego pessimista => $50 \times 25\% = 12,5$ x R\$ 100,00 = R\$ 1.250,00) e (cenário do trafego otimista => $100 \times 25\% = 25$ x R\$ 100,00 = R\$ 2.500,00).

Para a taxa de conversão real otimista (cenário do trafego pessimista => $50 \times 50\% = 25$ x R\$ 100,00 = R\$ 2.500,00) e (cenário do trafego otimista => $100 \times 50\% = 50$ x R\$ 100,00 = R\$ 5.000,00).

CTfp = R\$ 1250,00	CTfp = R\$ 2500,00
TxCRp(25%)	TxCRo(50%)
CTfo = R\$ 2500,00	CTfo = R\$ 5000,00

Como podemos observar neste exemplo hipotético, nós anunciamos R\$ 500,00 e em todos os casos tivemos um retorno de investimento positivo.

Caso tenhamos um cenário em que não estivermos convertendo as pessoas para a nossa lista de espera, normalmente pode estar acontecendo duas situações: Ou a oferta não está boa ou a nossa fonte de trafego está ruim.

5 – Processo de Validação Aprimorado

Existem 2 estratégias que podem melhorar ainda mais o nosso processo de validação. A primeira delas é instalar um pixel do Facebook Pixel, no nosso site. Porque quando começarmos a trazer trafego para nosso site, poderemos entender melhor a demografia, poderemos saber qual é o sexo daquelas pessoas que acessam o nosso site.

Ou seja, teremos dados mais concretos sobre a demografia, saberemos também de quais estados do Brasil tem mais acesso, isso vai nos ajudar a melhorar os nossos anúncios, segmentar de acordo com a região e adaptar a nossa linguagem na carta de vendas.

A segunda estratégia para melhorar o nosso processo de validação e entender o que as pessoas querem é colocar uma página de captura antes do nosso vídeo de vendas.

E o que é uma Página de Captura?

Ela tem como objetivo capturar o email da pessoa e depois enviar para outro lugar.

Na página de captura pode ter a nossa logo.

Logo abaixo é recomendado que coloquemos a mesma manchete que colocamos na nossa página de vídeo de vendas ou carta de vendas. Pode ser: *“4 Passos Para Você Conseguir Criar Um Negócio Online de Sucesso e Viajar o Mundo”*; ou *“4 Passos Para Você Emagrecer de Uma Forma Saudável e Segura”*

Colocamos também um formulário dizendo, por exemplo: *“Se Você Quer Uma Apresentação GRATUITA Coloque Seu Email Abaixo”*, então você coloca um campo para pegar o Email da pessoa, e depois um botão para a pessoa clicar: *“Sim Quero Acessar”*, lembrando que podemos utilizar o **Double Optin** ou **Single Optin**.

Então a pessoa vai colocar o Email dela: Ex.: *“nomedapessoa@gmail.com”*, depois ela será redirecionada para uma página de confirme seu Email e depois quando ela abrir o Email vai ter uma mensagem com um link que ela vai clicar naquele link e quando confirmado ela vai ser redirecionada para a nossa carta de vendas, ou seja, nessa etapa nós vamos pegar muito mais Emails do que as pessoas que entraram na nossa lista de espera.

Seguindo o nosso exemplo do passo 4, a nossa lista de espera pegou 1% do tráfego, então se nós enviarmos aquelas 100 pessoas para a nossa página de captura pegaremos, por exemplo, 20 a 30 pessoas e depois dessas 20 a 30, 1% do total entra na lista de espera, então aqui nós vamos pegar mais Emails.

Teremos então 2 listas: 1 lista vai ser das pessoas que estão na espera, vão ser menos pessoas, mas que já tem interesse de compra daquele nosso produto e vamos ter 1 lista das pessoas iniciais que acessarem somente a nossa carta de vendas que vamos chamar aqui, por exemplo, de lista principal e que ainda não demonstraram o interesse de compra do nosso produto.

Naturalmente a lista principal será maior do que a lista de espera, porque mais pessoas vão colocar o Email na página de captura para depois acessar a carta de vendas.

Com as nossas listas cadastradas no nosso banco de dados, utilizaremos de uma estratégia bastante poderosa, que nos ajudará a aumentar a conversão da nossa oferta, que é oferecer um bônus especial em troca de que elas preencham um formulário.

Então, depois que essas pessoas se cadastraram na nossa lista, lá pelo dia 3, 5 ou 7, vamos enviar um Email para elas.

Coloque um título que chame a atenção dela e que indique que você tem um bônus especial para entregar para ela.

No corpo do Email você:

- Informa que tem um bônus especial;
- Apresenta-se: *“Olá, meu nome é fulano de tal do site tal e estou enviando esse Email porque você entrou na nossa lista principal/de espera, e quer mais informações sobre o tópico e tenho também um bônus especial para você”;*
- Descreve o que é esse bônus especial;
- Depois informa que esse bônus que você está oferecendo é para as pessoas que preencherem um curto questionário;

- Coloca um link para o questionário (você pode utilizar o [Typeform](#) ou [Formulário Google](#));
- No final agradece e coloca seu nome.

Então, quando a pessoa clicar no link do questionário (é importante que ela saiba que vai receber o seu bônus quando finalizar o questionário), então você pega o nome e o Email dessa pessoa.

Depois você pergunta:

1 – Quais dos tópicos abaixo que você gostaria de aprender/dominar mais?

Depois você lista todos os tópicos que você pode pensar relacionado com o seu programa de treinamento (ex.: se for um treinamento sobre ganhar massa muscular, ou emagrecer) e coloca uma opção de múltiplas escolhas e também um text box para que a pessoa possa escrever mais alguma coisa que nós não pensamos.

Você também pode fazer outras perguntas que estejam relacionadas com o seu nicho de mercado.

Agora tem duas perguntas que são cruciais para essa nossa estratégia:

A primeira é: *“O que está impedindo você de atingir a transformação (que é a transformação proposta no seu produto de informação)?”, “O que está impedindo você de emagrecer?”, “O que está impedindo você de adestrar o seu cão?”, “O que está impedindo você de criar um negócio online dos seus sonhos?”.*

O que isso vai nos passar?

Vai nos passar as objeções das pessoas. O que está impedindo ela e vai poder catalogar. Pode ser falta de dinheiro, falta de tempo, falta de conhecimento.

A segunda é: *“Quais são os seus sonhos que você quer realizar ao atingir essa transformação?”*; *“O que motiva você para realmente conseguir essa transformação?”*.

E aqui o que nos passa?

Nos passa os motivadores da pessoa, o que motiva, o que faz ela ir em direção ao prazer, para conseguir atingir aquele objetivo.

Depois finaliza o questionário.

Quando a pessoa clica em finalizar ela vai para uma página com os seus bônus, pode ser vídeo, pdf ou o que você prometeu no seu Email, onde você explica uma coisa importante do seu nicho de mercado.

Com a estratégia deste formulário podemos pegar as objeções, quais são os seus motivadores e quais os tópicos que ela quer aprender, e assim entender melhor nosso público alvo.

Com isso ganhamos um feedback para a nossa carta de vendas, aumentamos a nossa conversão e conseguimos entregar bônus adicionais com as informações da nossa audiência.

6 – Negócio Online Altamente Lucrativo Validado!

Aprendemos neste terceiro passo e mais importante de todos a validar a nossa ideia ou oportunidade de negócio.

É muito importante que você faça pelo menos até o item 4, se fizer o 5, melhor ainda. Faça isso antes de lançar o seu produto e/ou serviço para o mercado. Para saber se as pessoas tem interesse ou não e se você terá um retorno de investimento positivo ou não.

Para que um negócio online altamente lucrativo dê certo é extremamente crucial analisar todos esses dados, métricas, indicadores e assim calcular os riscos para maximizar as nossas chances de sucesso.

Se você chegou até aqui, já sabe muito mais do que 97% das pessoas que não fazem esse trabalho, sabe por quê? Porque dá trabalho!

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 4 – LANÇAMENTO

Nesse quarto passo, você abrirá o seu produto para compra, ou seja, realizará a primeira abertura do seu produto ao público, também chamado de lançamento.

Você aprenderá a fazer um check-list para ter certeza de que o seu lançamento está no caminho certo, e aprenderá também como gerar escassez e antecipação para maximizar os seus resultados.

Introdução à Lançamento de Produto Para um Negócio Online Altamente Lucrativo

No terceiro passo você viu como podemos ver as métricas e fazer aquele processo elaborado e inteligente de validação para saber se o nosso negócio online vai ser rentável ou não, antes mesmo de criar o conteúdo.

Neste quarto passo você aprenderá as métricas iniciais e quando exatamente passar para produção do seu conteúdo digital. Aprenderá também quais são os preparativos, que é o nosso check list, para saber se você já está pronto para abrir ao público.

Veremos também como fazer um funil inicial básico para que as pessoas possam entrar neste funil e para que você maximize as suas chances de vendas. Além disso, você vai aprender 2 elementos cruciais para maximizar suas vendas durante esse processo e iremos falar também sobre o valor médio por cliente, pois isso vai ser muito importante para as próximas etapas, para que você realmente crie um negócio online sólido de sucesso a longo prazo.

Quando Passar Para Produção?

Nós vimos no passo 3 a nossa validação básica e aprimorada, então pegando como exemplo a validação aprimorada, nós temos a nossa página crucial que é a nossa VSL, que é o nosso vídeo de vendas, nós temos a nossa página do formulário da espera, e temos a página final de confirmado.

Então no nosso vídeo de vendas quando as pessoas clicarem no botão de confirmação, elas serão redirecionadas para a nossa página do formulário de espera e assim que elas confirmarem, elas estarão na nossa lista de espera para ser notificado, e nós vimos também que podemos colocar na frente uma página de captura.

E que então podemos pegar as pessoas, antes de enviar para o nosso vídeo de vendas no qual iremos agregar bastante conteúdo, e pegar esses Emails, e utilizando essa estratégia, teremos duas listas: a lista principal e a lista de espera.

Vimos também que precisamos enviar uma quantidade de tráfego significativo e único para a nossa página de vendas, em torno de 3000 a 5000 pessoas, e vimos as nossas análises de conversão, por exemplo, se 1% chegar à nossa lista de espera, ou seja, que confirma que tem interesse, ou seja, de cada 100 – 1 tem interesse, de cada 1000 – 10 tem interesse e a cada 5000 – 50 tem interesse.

Vimos também que dessa lista de espera, uma porcentagem de pessoas vão querer de fato comprar o produto e ela pode variar em torno de 25% a 50% (por exemplo, dessas 50 que entrarem teremos 12,5 vendas a 25 vendas).

Vimos que é importante saber quanto vamos pagar pelo clique, ou seja, o valor de clique, a gente fez uma hipótese do produto de R\$ 100,00.

Então se fosse R\$ 100,00 na primeira hipótese pessimista seria então R\$ 1.250,00 e na hipótese otimista seria R\$ 2.500,00.

E que precisamos baixar o valor do clique e conseguir trafego qualificado.

Depois que você fizer tudo isso e obter um retorno sobre investimento positivo e constante, você estará pronto para começar a produção do conteúdo do seu produto para depois lançar no mercado.

Mas caso o seu retorno sobre investimento estiver empatando (por exemplo, se você investiu R\$ 100,00 e retornar R\$100,00), você pode utilizar a estratégia dos upsells, que é basicamente oferecer algum outro tipo de produto ou serviço na sequência, o que pode fazer você faturar ainda mais alto.

Check List Antes do Lançamento

Antes do lançamento do seu produto digital para vendas ao público, vamos utilizar esse check list crucial para que fiquemos mais tranquilos e seguro na hora de lançar o seu produto ao mercado, evitando assim preocupação e dores de cabeça desnecessárias.

No item anterior, depois que percebemos que temos um retorno de investimento bom, criamos então o nosso conteúdo do nosso produto, e esse é o nosso primeiro conteúdo, normalmente chamado de versão beta, que é o nosso produto inicial que iremos oferecer ao público.

E a primeira coisa que devemos fazer é ter uma página de contato visível ou até mesmo deixar um Email visível na página para contato, isso porque quando nós abrimos as vagas, existem alguns compradores que colocam um Email errado na página de check out, e sendo assim eles não conseguem ser notificados para liberação do seu produto, então eles provavelmente voltaram para o seu site e irão lá para procurar um Email de suporte para você.

O próximo item é utilizar uma das plataformas de produtos digitais de afiliação disponíveis no mercado, pois elas já oferecem uma configuração facilitada para o nosso check out e também oferece a entrega automática dos nossos produtos para o cliente que comprar aquele produto, então após escolher a plataforma de sua preferência você deverá entrar lá e configurar o seu produto, pode ser um ebook, ferramenta web por assinatura, site de membros, etc.

Então, uns quinze dias antes entrar na plataforma e criar a nossa conta devida, colocar as informações pessoais, as informações de pagamento e cadastrar o nosso produto, isso porque pode demorar um tempinho até aprovar o produto no mercado.

Depois que o produto for aprovado, eu recomendo que você cadastre uma oferta, ou seja, você vai ter a oferta principal do seu produto, digamos que é R\$ 97,00, então já vai estar cadastrado na plataforma essa oferta de R\$ 97,00, então você vai cadastrar uma oferta de R\$ 1,99, para que você mesmo entre no check out dessa oferta e faça uma compra com R\$ 1,99 do seu próprio produto, e teste se a entrega está realmente automática, e assim que você fizer esse pagamento de R\$ 1,99 com essa nova oferta, você deverá receber então as informações automaticamente no seu Email de compra.

Você pode utilizar outro Email para não ser o mesmo Email cadastrado na plataforma, só para ver se o acesso esta sendo entregue de uma forma tranquila, isso porque se você fizer muitas vendas, nessa primeira abertura é mais fácil que já esteja tudo automatizado para você, e depois que você vê que esta funcionando você pode chegar lá na plataforma também e pedir o reembolso desse R\$ 1,99.

Isso é bom porque algumas vezes, principalmente, quem utiliza o site de membros separado, vai querer testar várias vezes, então R\$ 1,99 pode parecer pouco, mas como podemos testar mais de 1 vez vai aumentando, então vai lá depois que testou pede o reembolso, não tem problema nenhum.

Depois do produto aprovado e já testado por você a funcionalidade de compra e reembolso, você deverá fazer o seguinte: pegar o check out lá dentro, e ir até a página de vendas, e alterar o link do botão de espera pelo botão de compra, e agora em vez da pessoa ser redirecionada para a lista de espera, ela irá para o link do check out onde poderá adquirir o produto. E assim que ela fizer a compra, você então vai receber a notificação de venda e os dados vão ser automaticamente enviado para o comprador.

Podemos também ter uma página de obrigado e quando a pessoa faz a compra ela é redirecionada para outra página automaticamente, uma página que diz, por exemplo: *“obrigado pelo interesse, a sua compra vai ser enviada para o seu email assim que ela for aprovada”*, lembrando que os boletos bancários após serem pagos, demora em torno de 3 dias úteis para o banco aprovar, então é bom explicar também nessa página de obrigado: *“pode demorar até 3 dias uteis assim que pago, para que seja aprovada e que seu material seja liberado”*, caso for cartão de crédito demora em torno de alguns segundo ou paypal.

Dois Cenários de Lançamento

Negócio Online Altamente Lucrativo Cenário A – (Versão Beta)

Geralmente quando criamos algo, nós tendemos a chama-lo de versão beta (até o Google foi por muito tempo beta), então mesmo que seu produto não esteja 100% pronto, você pode abrir ao público por algum tempo, normalmente por 7 dias, dos quais as pessoas podem comprar aquela versão que você já tem e você pode depois aprimorar esse produto para não ser mais um beta, e nesse cenário, podemos “brincar” um pouco mais com a escassez do tempo, veremos com mais detalhes o que isso significa.

Normalmente neste cenário vamos ter um faturamento mais alto, porque as pessoas vão comprar no primeiro dia, e no dia que fecharmos o carrinho de compras.

E depois que o produto estiver pronto (não ser mais um beta), poderemos abrir ele e deixar ele vendendo ao longo do tempo.

Agora vamos aprender quais são os passos iniciais para fazer e tentar maximizar as vendas principalmente naquele primeiro dia de vendas, de abertura ao publico.

Para termos resultados em vendas, utilizamos dois gatilhos psicológicos mais importantes: O primeiro deles é a antecipação, ou seja, nós temos 2 listas,

temos uma lista de pessoas que estão na lista de espera e que já estão relativamente prontas para comprar o produto e temos as pessoas que estão na lista principal e não demonstraram o interesse de compra, elas não clicaram no botão e não foram para a nossa lista de espera. Então como podemos gerar antecipação, principalmente para as pessoas que ainda não demonstraram interesse do nosso produto?

Nós então devemos ir lá no nosso questionário, lá nós já sabemos, o que são os motivadores daquela pessoa, sabemos o que são as objeções que elas tem e sabemos o que elas querem aprender.

Ou seja, utilizaremos os dados do questionário para maximizar a antecipação das pessoas que estão na nossa lista, iremos identificar o que as pessoas querem (tópicos, assuntos, ferramentas, etc...) e incluir na carta de vendas, e oferecer bônus para as pessoas que adquirirem durante certo tempo. Veremos também como utilizar um pouco de escassez aqui.

Então quando você for abrir ao público, você vai enviar um Email 3 dias antes informando que você vai abrir a possibilidade das pessoas adquirirem aquele produto. Nesse Email, você vai agradecer as pessoas que estão esperando, dizer como foi essa jornada gigantesca de começar a criar aquele produto, de como feliz você está com essa possibilidade de colocar esse material ao publico, vai falar também sobre os bônus especiais que vão deixar elas super empolgadas e vai ajudar ela nessa transformação.

E você vai informar quando você vai abrir a possibilidade. No dia D, ou melhor, no dia L de lançamento..rs! Normalmente enviamos o Email às 09h00min (na segunda ou na quarta), abrindo a opção para as pessoas adquirirem o produto.

O segundo gatilho é a escassez, nós temos a escassez do preço, a escassez do tempo e a escassez de bônus, então quanto mais conseguirmos mostrar um incentivo real para aquele prospecto, maiores são as chances do prospecto adquirir aquele produto digital.

Então, seguindo o nosso exemplo de lançamento, nós temos esse nosso produto que está na versão beta, e aqui podemos “brincar” com a escassez do preço, ou seja, podemos mencionar no nosso Email de que como nós estamos numa versão beta nos estamos fazendo essa abertura única com um valor de preço reduzido, e normalmente esse do preço ela é muito poderosa, e uma das que mais geram resultados.

Então você pode nessa primeira abertura ao público você pode “brincar” com a escassez do preço porque você tem uma justificativa real de que é a versão beta e por isso você está fazendo, por exemplo, por 50% de desconto. Quando isso acontece nós já temos também embutido a escassez do tempo, onde iremos falar que essa oportunidade de compra com o preço no valor reduzido vai até (são 7 dias, então se você enviou o primeiro Email de abertura na quarta, por exemplo, então a oportunidade vai estar aberta até a próxima quarta).

Daí normalmente quando fechamos algum tipo de possibilidade de compra fechamos às 23h59min. E no último dia vamos enviar 2 Emails avisando que vai fechar, 1 é às 09:00hs da manhã avisando que vai fechar às 23:59hs daquele dia (e o assunto desse Email é *“o último dia ou vamos fechar hoje”*) e o outro vamos enviar em torno das 18:00hs e nesse Email vamos colocar no assunto *“últimas 6 horas ou obrigado”*.

E agradecer por todo esse processo, que as pessoas estão acompanhando essa sua abertura de vagas e depois falar que faltam as últimas 6 horas, então o que normalmente acontece é, ter um pico de vendas inicial e ter um pico de vendas no último dia e normalmente também fazemos um webinar no meio para ter mais um pico de vendas durante esse processo.

E temos também a escassez de bônus, por exemplo, antes de abriremos podemos revelar um bônus que é para as 5 primeiras pessoas (pode ser, por exemplo, um consultoria sua de 30 min. ou 1 hora) que comprarem durante esse período. Podemos, como disse anteriormente fazer um webinar de vendas no meio desse processo e revelar um bônus para 10-15 primeiras pessoas que comprarem durante o webinar.

E depois podemos revelar um dia antes de fechar o carrinho um bônus especial para todos que comprarem durante esse período. O legal disso tudo é que cada vez que você for revelando esses bônus vai acontecer um pico de vendas, aumentando assim o seu faturamento.

Negócio Online Altamente Lucrativo Cenário B – (Produto Pronto)

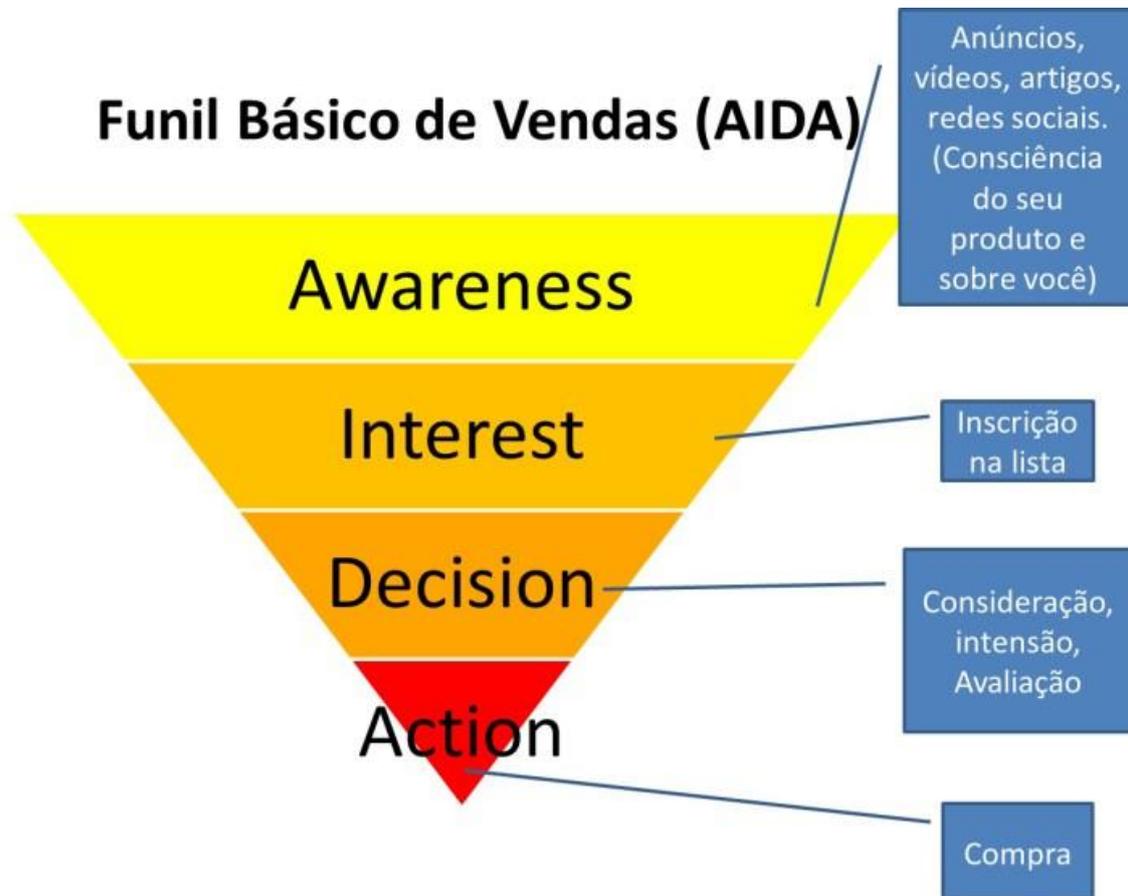
O cenário B é quando a gente já tem o produto Pronto, e vamos deixar ele sempre aberto, e o processo de lançamento pode ser similar, podemos dizer quanto tempo o preço vai ficar naquele valor (informando que o preço vai ficar naquele valor por tempo limitado), podemos informar também que não sabemos até quanto tempo as vagas vão estar abertas (informando que as vagas são limitadas)

E podemos continuar fazendo o processo do incentivo de bônus (por exemplo, no primeiro dia que for abrir oferecer um bônus de incentivo para os n primeiros e depois lá no 4º dia você pode falar quem comprar durante aquele 4º dia também vai receber um bônus especial e assim por diante). Então vamos sempre conseguir ter vendas e pico de vendas ao longo do tempo com novos bônus e dizendo para aquelas pessoas que durante apenas na quarta que vem vamos oferecer tais bônus para quem adquirir.

E você pode estar se perguntando agora: *“Mas porque eu vou dizer que o tempo é limitado e que o preço vai mudar se o produto já está pronto?”* Nós nunca sabemos por que quanto mais vamos conversando com os clientes, mais material nós iremos querer criar dentro daquele nosso treinamento e naturalmente você vai aumentar o preço do treinamento ao longo do tempo.

Caso tenha mais trabalho ao fazer o vídeo de treinamento ou escrever os bônus para o seu produto, então o preço naturalmente tende a aumentar. *E porque as vagas são limitadas?* Porque de tempos em tempos nós vamos ter uma fase de interação e melhoria que vamos aprender no quinto passo.

Em que vamos ter que fechar essa nossa turma para podermos identificar melhorias para o nosso produto e fazer uma interação e ficar continuamente melhorando ele, ou seja, de tempos em tempos podemos parar e averiguar se está tudo ok, se os nossos clientes precisam de algo mais e melhorar aquele produto.



Funil Básico de Aquisição de Clientes

Agora que você já aprendeu a abrir o seu produto ao público, já entendeu as estratégias que utilizamos para maximizar os nossos resultados nessa abertura, agora vamos entender um pouco sobre funil básico.

Provavelmente você já escutou sobre funis de vendas e eu quero mostrar para você esse modelo que é um modelo teórico criado pelo Elmo Lewis em 1898 em que ele mostra esse modelo da psicologia do consumidor até a compra.

O modelo AIDA – Awareness, Interest, Decision, Action (Atenção, Interesse, Desejo, Ação). Awareness (atenção) é o primeiro passo que os usuários entram, é o da consciência de que você existe, que seu produto existe ou que a oportunidade existe. Interest (Interesse) depois eles expressam o interesse naquilo. Decision (Desejo) e depois eles passam pelo estado de desejo. Action (Ação) até tomar a ação.

Então, seguindo esse modelo para o mundo online, nosso momento da ciência de que se dão conta que você, sua marca, seu produto existe, ele pode ser através de anúncios, através de vídeos no youtube, pode ser através de artigos no blog, pode ser através de artigos de guest posts em outros blogs, pode ser através das redes sociais e assim por diante. Então o primeiro passo é a pessoa se dar conta que você, sua marca pessoal, seu produto digital de informação e até mesmo a sua plataforma web ou plugin web existem.

Depois a 2ª etapa é as pessoas expressarem o interesse, ou seja, uma das formas de entender que as pessoas tem interesse no assunto é, por exemplo, quando ela se inscreve na sua lista. Depois ela passa pela etapa de desejo daquele produto até que ela toma a ação que é a ação de compra.

Olhando a nossa forma de abrir o nosso produto ao publico, podemos fazer campanhas ao longo do tempo, chamando atenção de mais pessoas e aumentando a nossa base de dados (que são as nossas listas). No primeiro dia, como já sabemos, temos um pico de vendas, entendemos que podemos utilizar também o nosso TBP para fazer campanhas e gerar mais pico de vendas, ou seja, utilizar a escassez do tempo, de bônus e preço.

Podemos também deixar o produto pronto e deixar ele sempre aberto para o mercado. Podemos então elaborar um pouco mais nessa etapa para ampliar o desejo daquelas pessoas que estão na sua lista, ou seja, elas entraram na nossa squeeze page, colocaram Emails e depois redirecionamos elas para a VSL (o vídeo de vendas), depois elas tem a opção de comprar ou não.

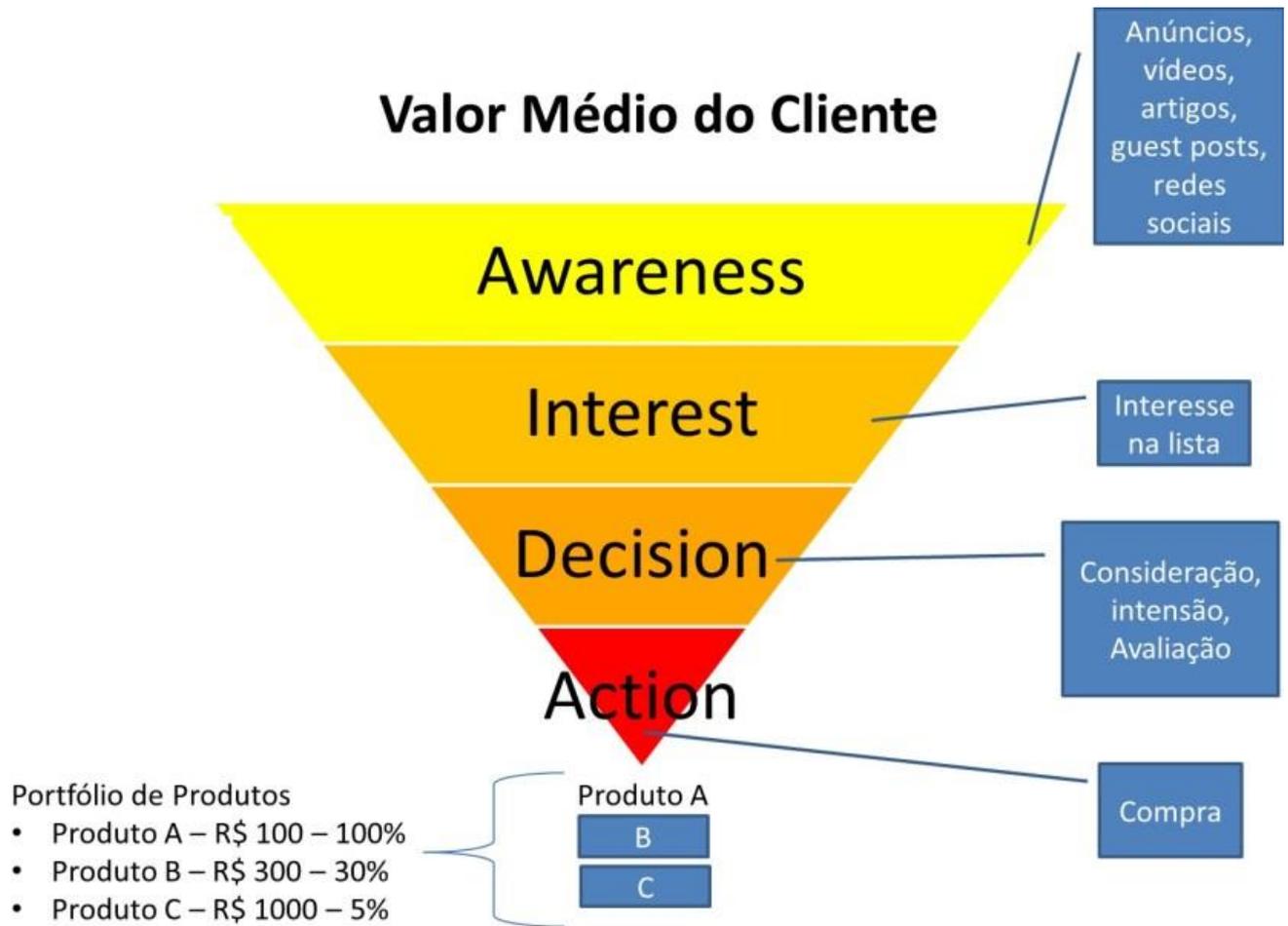
Podemos criar uma sequencia de Emails educando aquela pessoa caso ela não compre o nosso produto. Podemos criar um sequencia de Emails no

nosso [autoresponder](#) e fazer uma sequencia de Emails, a cada 2 dias enviar um Email ou a cada 1 dia, dependendo de como você se comunica com as pessoas que estão na sua lista.

Nessa sequencia de Emails na qual estamos educando ela, aumentando o desejo, podemos também mostrar depoimentos, tomando cuidado para não sermos muito intrusivo, devemos sempre agregar valor que assim a pessoa não se sente incomodada, então devemos educar, aumentar o desejo dessa pessoa e também inserir depoimentos, depois que essa pessoa passar dessa etapa e não comprar, então mudamos ela para outra lista, podemos chamar essa outra lista de “conteúdo ou lista dos não compradores”

E depois podemos fazer ofertas especificas para esse não compradores, ofertas especificas com escassez de tempo, preço e bônus, que aprendemos, que são muito poderosas, faremos somente para essa lista de pessoas que ainda não compraram.

Podemos oferecer 50% de desconto em certo dia ou oferecer um bônus especial durante um webinar para converter essas pessoas para comprarem o nosso produto e também podemos no momento do desejo matar objeções nessa sequencia de Emails.



Valor Médio do Cliente

Agora que você já aprendeu o que é um funil de vendas (as etapas de consciência dos produtos, do interesse da pessoa, aumentar o desejo até tomar uma ação) é importante também que você saiba o conceito muito importante que é o do valor médio do cliente (em inglês é o Every Customer Value). Vamos explicar o básico dessa etapa para que você entenda o quanto é importante um negócio online de longo prazo.

Seguindo nosso exemplo, nós temos o nosso produto de R\$ 100,00. E aí vem uma pessoa e passa por toda aquela etapa que explicamos no funil de vendas, ela conheceu o seu produto, mostrou interesse, se cadastrou na sua lista e decidiu comprar o seu produto 1, vamos chamar ele de produto A, nesse nosso produto de R\$ 100,00.

Quando nós temos um produto só, o nosso valor médio por cliente vai ser o valor daquele produto.

Tem um conceito sobre negócio online, que eu recomendo fortemente que você aprenda se realmente quiser levar seu **negócio online** de forma séria e profissional, que é a importância de ter uma marca “guarda chuva”, ou seja, ter um portfólio de produtos, como por exemplo, nós temos o produto A, podemos criar depois um produto B, um C e assim por diante.

Nesse momento que você validou seu primeiro negocio online, lançou ele para o mercado, começou a entrar um montante do faturamento, agora você sabe que tem esse valor médio por cliente de R\$ 100,00, caso tenha um só produto.

Esse é o valor que iremos investir para Awareness através de palavras chave, através do FBAds, que podemos utilizar para fazer nossos vídeos no youtube mais profissionais, podemos contratar um redator, por exemplo, criar nossos ativos para o nosso blog ou para fazer guest post, contratar alguém para gerenciar as redes sociais.

Para cada cliente que entrar vamos ganhar R\$ 100,00, esse é o valor que podemos reinvestir para essa etapa crucial do nosso funil que é fazer com que as pessoas saibam que o nosso produto, marca ou serviço existe e assim as pessoas podem voltar e fazer mais compras. É importantíssimo entender que é o valor médio por cliente que vai definir o quanto que nós vamos poder reinvestir no nosso negócio online para fazer ele começar a rodar e aumentar de tamanho.

Por exemplo, se tivermos um portfólio de produtos, esse produto A que é de R\$ 100,00, podemos ter um produto B de R\$ 300,00 e um produto C de R\$ 1.000,00, mas nem todos os nossos clientes vão comprar todos os produtos, por exemplo, digamos que 100% dos compradores compraram o produto A, depois 30% compraram o produto B, e 5% desses 100 compraram o produto C, agora aumentamos o valor por cliente e aumentamos o quanto podemos anunciar e ampliar ainda mais a nossa marca, produto ou serviço.

Essa técnica é chamada de Upsells, onde podemos oferecer um produto B na sequencia e um produto C na sequencia e assim podemos aumentar o valor do cliente, o valor médio como vimos é de R\$ 100,00, mas se tivermos outros produtos na sequencia podemos aumentar para R\$ 200,00, R\$ 300,00 ou R\$ 400,00 e poder ter mais investimentos para anunciar e reinvestir no nosso negócio online, captar ainda mais clientes e ampliar a nossa visibilidade.

Se você ainda não tem um produto, volte valide o seu negócio online, abra para o mercado, comece a faturar e crie um produto solido e aprenda como criar um produto B, C e D, muitas pessoas não sabem como fazer isso, mas você pode criar produtos co-relacionados com o seu nicho e que não entre em conflito com o produto A, porque ninguém vai comprar o produto A e depois comprar mais caro o produto B, que oferece praticamente a mesma coisa.

Negócio Online Altamente Lucrativo Passo 5 – ITERAÇÕES E MELHORIAS

Chegamos ao nosso quinto e último passo para criarmos o nosso Negócio Online Altamente Lucrativo, espero que tenha curtido e colocado o passo a passo em prática, e qualquer dúvida, é só entrar em contato para trocarmos uma ideia.

Nesse último passo você aprenderá sobre como realizar iterações e melhorias no seu produto para ampliar lucratividade do seu negócio online enquanto mantém consistência.

Negócio Online lucrativo vai além da primeira versão, e aqui você aprenderá justamente isso: Como receber feedbacks e informações relevantes para melhorar a qualidade do seu produto.

Além disso, você também aprenderá que, quanto mais iterações você realizar, maior será o valor agregado do seu material e, conseqüentemente, maior o preço a ser cobrado.

Introdução a Iterações e Melhorias

Nesse quinto passo você irá aprender o que são iterações e melhorias (do inglês *upgrades*) e o motivo pelo qual elas se fazem necessárias no desenvolvimento de um **negócio online consistente e de longo prazo**.

Você vai ver com detalhes como podemos fazer para melhorar o nosso produto inicial, fazer iterações para que ele não fique obsoleto no mercado.

Aprenderá dicas e estratégias aplicáveis para que você possa também fazer com que o seu produto não fique vendendo por 2 meses e depois pare.

Conhecerá as ferramentas e estratégias que são utilizadas para que nós possamos coletar dados reais, informações, feedbacks dos nossos clientes e assim possamos melhorar de versão ou lançar no valor mais alto uma versão 2.0 do nosso produto.

Conhecerá também um estudo de caso de grandes empresas que também fazem iterações dos seus produtos para que não fique obsoleto no mercado, isso vai ser extremamente importante para você e para o seu *negócio online*.

Ciclo de Vida do Produto

Vamos entender agora:

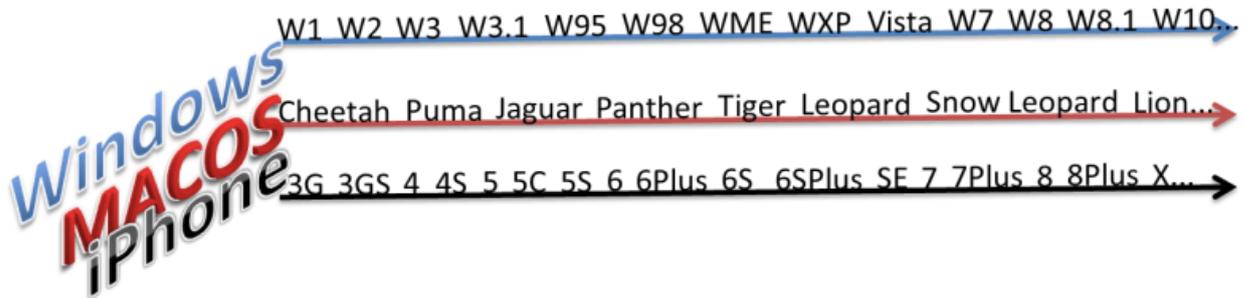
- O que é o ciclo de vida de um produto através de exemplos práticos e reais;
- Os dois maiores motivos pelos quais são feitas melhorias a produtos;
- E conhecer os maiores desafios de produtos que se tornam Best Sellers no mercado.

É importante saber que normalmente o produto ele tem um ciclo de vida. 99,99% dos produtos vão ter um ciclo de vida, ou seja, eles vão aparecer no mercado e futuramente eles podem se extinguir, serem extintos.

Então, é por isso que é importante entender o que é um ciclo de vida de um produto. E se nós formos observar são pouquíssimos *Best Sellers* que duram tanto tempo né?

Na nossa linha do tempo que passa de gerações a gerações, é muito difícil fazer um produto que não precisa ser atualizado e que fique vendendo por centenas de anos, veremos agora alguns exemplos do mundo real para que possamos entender melhor esse conceito e aplicarmos também nos nossos produtos.

Ciclo De Vida De 1 Produto



Por exemplo, o Sistema Operacional Windows, ele já teve uma série de versões, começou com o Windows 1 em Novembro de 1985 com a tentativa inicial de entregar uma interface gráfica em 16 bits. Logo depois o Windows 2 em dezembro de 1987 com inovações como a possibilidade de sobrepor janelas umas às outras, a possibilidade de minimizar e maximizar as janelas, o painel de controle e as ferramentas Word e Excel.

Depois veio o Windows 3 em 1990, com suporte a 256 cores e o jogo Paciência. Também implementaram o Windows 3.1 com fonte *TrueType* e o jogo Campo Minado. Lançaram em 1995, o Windows 95, bem mais bonito e diferente com o famoso Menu Iniciar, barra de ferramentas e o conceito *Plug and Play*.

Lançaram também em 1998, o Windows 98, com as novidades do IE 4, *Outlook Express*, *Address Book*, *Microsoft Chat*, e uma série de avanços no mercado

naquele tempo. Em 2000, tivemos o Windows *Millennium Edition* que trouxe o IE 5.5, o *Media Player 7* e o *Movie Maker*.

Como vimos o produto Windows foi atualizado e agora algumas versões dele praticamente não existem mais. Depois vieram o Windows XP (foi a que mais durou no mercado, de outubro em 2001 até abril 2014), o Windows Vista em 2006, o Windows 7 em 2009, o Windows 8 em 2012, Windows 8.1 e assim por diante (Fonte: [TecMundo](#)).

Outro exemplo é o Sistema Operacional do MAC, começou com o “*Cheetah*” em 24/03/2001, depois veio o “*Puma*” em 25/09/2001, depois o “*Jaguar*” em 23/08/2002, depois do *jaguar* eles passaram para o “*Panther*” em 24/10/2003, e depois eles melhoraram fizeram mais uma iteração, fizeram o “*Tiger*” em 29/04/2005, o “*Leopard*” em 26/10/2007, depois o “*Snow Leopard*” em agosto de 2009, e assim por diante (Fonte: [Wikipedia](#)).

Aqui nós podemos ver que grandes empresas fazem esse tipo de iteração sobre o produto, e tem 2 motivos que vamos ver o porque tem esses motivos e que também é bom entendermos que nos nossos próprios produtos digitais ao longo do tempo é possível que também façamos iterações desses produtos e melhoremos eles, então devemos sempre que possível fazer uma melhoria e iterar uma próxima versão.

Esses são 2 exemplos clássicos de Sistema Operacional, mas também acontece no mundo físico, por exemplo, o *iPhone* começou com a revolução do *Smartphone*, começou com a versão 3G (2008-2010), depois melhoraram uma série de recursos, iteraram para o 3GS (2009-2012) e assim por diante, (Fonte: [Wiki](#)).

Essas grandes corporações utilizam esse tipo de melhoria e iteração do produto e pequenas empresas também precisam fazer isso, ao longo do tempo para que? Para que consigam sempre evoluir no mercado, não é a toa que uma série de empresas pequenas abrem e fecham, então temos que ter essa

visão de longo prazo para saber em que direção está indo o nosso produto, serviço ou negócio online.

Descubra daqui a pouquinho, os desafios e soluções para que as versões dos nossos produtos durem por muito mais tempo do que o normal, é muito importante para você que já abriu seu produto para o mercado, já pegou os primeiros clientes e agora está pensando em melhorar aquele produto para fazer uma nova abertura de turma ou até mesmo para dá um incentivo a mais para os membros ou novos clientes que compraram seu produto.

Agora que você já viu que um produto pode ter um tempo de vida, vamos ver então os 2 principais motivos disso:

O primeiro deles é que é possível que aumente a competição no mercado e assim o mercado evolua, o mercado começando a evoluir, também precisaremos evoluir os nossos produtos. E esse é um dos principais motivos pelos quais você tem que começar a pensar no longo prazo.

Porque o mercado vai evoluir e são raríssimos os casos que um *Best Sellers* fica por centenas de anos vendendo como, por exemplo, [Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas](#), que é um livro que tem mais de 100 anos e ainda continua vendendo, então é importantíssimo nós entendermos que ao longo do tempo vai ter essa evolução do mercado, então eu recomendo fortemente que você preste bastante atenção a esse passo para que você possa aplicar essas estratégias para seu produto e que você venda bastante ao longo dos 5, 10, 15 anos...

E o segundo motivo é para fazer com que os clientes atualizem para a nova versão, e nesse caso temos dois modelos: O modelo da versão gratuita e o modelo da versão paga.

Algumas vezes podemos optar pelo modelo gratuito, em que oferecemos essa atualização gratuitamente ou pelo modelo pago, no qual as pessoas precisam pagar para ter a próxima versão.

No exemplo das empresas acima, o *iphone* essas atualizações são pagas. Em alguns Sistemas Operacionais também tiveram versões pagas e no MAC se não me engano, essa atualização é gratuita.

Algumas vezes utilizamos essa migração do modelo pago, as quais clientes existentes do seu produto eles podem pagar um valor reduzido para fazer esse upgrade dessa atualização do material, por exemplo, digamos que você vendeu seu produto inicial lá por R\$100,00.

E o produto 2.0 você vai vender digamos por R\$500,00 porque tem uma série de atualizações muito legais, então você pode dizer que os clientes existentes podem atualizar comprando o pacote para atualizar o seu treinamento digital, por exemplo, R\$250,00, você pode dar esse incentivo ao seu cliente existente para ele possa migrar e isso também vai aumentar o seu fluxo de caixa.

E agora qual é que é o desafio?

Desafio: é criar o seu produto digital para que ele seja atemporal, ou seja, se você for criar um produto de treinamento ou um ebook, que as informações contidas sejam atemporais, por exemplo, que o seu cliente for acessar aquele seu livro digital daqui a 5 anos ele também vai conseguir obter sucesso.

E esse é um dos maiores desafios para você. É tentar encontrar **estratégias, metodologias, paralelos** que sejam atemporais e que não sejam baseadas em tendências ou que não sejam baseadas num certo momento apenas e dessa forma você pode criar, por exemplo, um produto que vai durar 3 ou 5 anos.

E isso é importantíssimo porque existem alguns produtos no mercado que focam estratégias temporais, ou seja, um treinamento específico sobre estratégias em uma rede social, como estratégias específicas em Facebook, o que acontece, por exemplo, quando o Facebook alterar as políticas de uso ou alterar a funcionalidade de certos anúncios e não funcionar mais ou se algum recurso não estiver disponível.

Ou seja, esse treinamento vai ser temporal e nesse caso ele vai requerer muito mais atualização, então é bom nós pensarmos em um produto podemos criar ele e que ele possa vender por 5 anos, obviamente durante esses 5 anos nós teremos umas etapas de iterações e melhorias de uma forma estratégica para que não consuma tanto tempo nosso.

E que possamos compilar isso de uma forma mais rápida e para que possamos identificar as melhorias de uma forma mais rápida e consiga fazer isso em um tempo reduzido, é uma forma de estratégia inteligente.

Processo de Iteração Para Versão X. Y. em um Negócio Online Altamente Lucrativo

Agora vamos entender melhor como realizar o processo simplificado de melhoria de um produto, iterando-o para a sua próxima versão. Deixando assim o processo mais claro, de forma que você possa facilmente compreender e implementar.

No tópico anterior você aprendeu a importância de fazer iterações e melhorias no nosso produto, vimos o estudo de caso como os Sistemas Operacionais e até mesmo o estudo de caso do *iPhone*.

Vimos também os 2 motivos principais que as pessoas fazem essas iterações e melhorias. Uma delas é para que não fique obsoleto no mercado e continue evoluído e outro é para fazer o upgrade dos clientes existentes para a versão nova e assim também poder injetar um fluxo de caixa na sua empresa.

E por final também vimos os 2 modelos que podemos fazer isso: o gratuito e o pago e o desafio! Que é criar o produto que seja atemporal para que ele possa vender durante anos.

Agora que você já validou o seu negócio online, e abriu para o público, caso ainda não tenha feito é bom voltar nos passos anteriores e seguir o passo a passo.

Depois que você abrir ao público, você irá começar a ter os seus primeiros clientes e agora você vai ter esse momento em que você pode ter uma conversa com esses clientes, então, por exemplo, quando nós lançamos para o mercado nós chamamos de versão 1.0.

Você abriu para uma turma piloto através de um preço promocional e depois você, digamos que você começou a identificar melhorias. E nós podemos identificar melhorias internas (esse que vai ser o nosso foco inicial), ou seja, o que os clientes gostariam de ter a mais para ajudar na sua transformação de uma forma mais rápida e segura.

E nós podemos também identificar melhorias externas, ou seja, o que os competidores estão oferecendo que nós podemos nos inspirar para oferecer uma coisa ainda melhor? Com recursos ainda melhores e assim agregar ainda mais valor no nosso produto?

Aqui nós iremos focar nessa interna, que são melhorias e sugestões oferecidas pelos nossos clientes atuais, então iremos ver como podemos fazer isso, quais as ferramentas que nós vamos utilizar e como exatamente nós vamos fazer isso para identificarmos essas possíveis melhorias e depois podermos então fazer uma iteração para o produto 2.0.

Depois nós podemos identificar melhoria de novo e iterar para o produto 3.0 e podemos fazer isso até chegar numa versão que seja atemporal e daí podemos deixar ela por muito mais tempo aberta ao público.

Então é mais do que recomendado que fiquemos sempre atentos ao que os nossos clientes querem, qual tipo de recursos podemos oferecer a mais, qual o tipo de conteúdo que eles querem para ajudar a alavancar a transformação de uma forma mais rápida e segura.

E agora você deve estar pensando: “- *esse processo de iteração e melhoria deve demandar muito tempo.*”. E para falar a verdade não demanda muito não. Nós iremos utilizar uma forma de automação de negócio online bem simples ou

podemos também utilizar avaliações em grupo, que assim não precisaremos contatar os nossos clientes uma a uma.

Nós podemos fazer isso ao vivo ou não, ou através de automação pedindo para cada membro que faça uma ação onde pegaremos esses dados, identificaremos as melhorias e plotaremos as melhorias para iterarmos para a nova versão.

Esse é um sistema básico e simples de ser utilizado, e fazendo isso deixaremos a marca ainda mais sólida.

Ferramentas Para Iterações e Melhorias de um Negócio Online

Agora iremos apresentar as principais ferramentas utilizadas para fazer iterações e melhorias nos nossos produtos.

Você vai aprender sobre as ferramentas que utilizamos para identificar possíveis melhorias nos nossos produtos, agora que nós já lançamos ao mercado nosso produto e chamamos ela de versão 1.0 do produto A. Estamos agora na etapa de identificar melhorias para o nosso produto e oferecer uma nova atualização para o mercado.

Aqui nós vamos utilizar algumas ferramentas para que nós consigamos extrair esses dados dos nossos clientes existentes e a principal ferramenta que eu recomendo que você utilize é a ferramenta [uservoice.com](https://www.uservoice.com), E o que é que ela faz?

Assim que nós tivermos clientes nós vamos chegar no momento que nós vamos perguntar para eles: “- *O Que Mais Você Quer Aprender?*”; “- *O Que Não Ficou Claro?*”; “- *Que Pode Ser Aprofundado?*”; “- *Quais Os Recursos ou Funcionalidades Que Estão Faltando?*”

Tendo essas perguntas, nós vamos lá no User Voice e pediremos Feedbacks para os nossos clientes, vamos enviar um list do User Voice.

E no User Voice, o que acontece? É que os seus clientes, eles podem sugerir melhorias para você, então, por exemplo, se você está no nicho de *fitness*, digamos assim, eles podem ir lá, um cliente pode sugerir que ele quer, por exemplo, aprender sobre **“Como Preparar Comidas Gostosas e Saudáveis”**, então ele vai lá e ele coloca a sugestão e essa sugestão ela fica publica, e ela já fica com 1 voto que é o voto dela mesma.

O que acontece é que outros membros podem acessar essa interface do User Voice e eles podem ver as sugestões e votar nas sugestões, então digamos que mais 2 pessoas gostaram dessa sugestão, eles vão lá e votaram, agora nós temos 3 votos, então é isso que você vai ter, uma série de sugestões de vários membros e você vai poder ver os mais votados. E porque isso é importante?

Porque agora já sabemos o que a massa dos nossos clientes estão querendo, quais são os recursos principais que eles precisam, e isso vai nos ajudar a guiar a nossa iteração para a versão do 2.0. Agora podemos pegar as mais votadas, pode ser as 5 sugestões mais votadas e encontrar uma solução e incorporar na nossa versão 2.0.

Uma parte importantíssima nesse processo é: em alguns casos, um dos seus clientes vai lá e faz uma sugestão e ela só tem 1 voto, é possível que caso você não implemente aquela sugestão, que esse seu cliente fique chateado. Mas aí é que entra o nosso empreendedorismo, é encontrar o que a grande parte das pessoas querem para poder servir a grande parte, então é assim que devemos fazer, nós precisamos encontrar os mais votados.

A não ser que seja uma sugestão crucial, ou seja, que realmente devemos fazer para o negócio online, senão ele pode quebrar por completo, mas geralmente é utilizar os mais votados.

Agora você já vai ter clientes votando nas maiores sugestões para você melhorar o seu produto. Vamos imaginar um novo cenário, por exemplo, pode ter um tópico muito votado, digamos que tem 51 votos e você está no nicho de *fitness*, e o seu produto é sobre emagrecimento.

Digamos que nosso produto A, agora é sobre emagrecimento, ou seja, para perder gordura corporal, gordura localizada, e digamos nós tivemos 51 dos votos de pessoas que querem **ganhar massa muscular** e outra sugestão com 38 votos de pessoas que querem **definir o abdômen**.

Então o interessante é que nosso produto A nesse caso, é sobre emagrecimento e as sugestões foram sobre um tópico correlacionado. O que podemos fazer nesse caso?

Ou você pode pegar essas informações e inserir no seu produto A, ou você pode identificar agora (o de 51 votos) e pode ser um possível produto B, então você vai lá e pode criar um produto B para ganhar massa muscular. E (o de 38 votos) pode virar o produto C.

Agora você pode trazer clientes do produto A para o produto B, você pode oferecer uma versão básica de graça do produto B, para que as pessoas possam ter gostinho do que é aquele produto e depois dentro do produto A, podemos fazer um kit de vendas para o produto B.

Agora que nós já entendemos que o User Voice é uma ferramenta muito poderosa para fazermos isso tudo. Como mais nós podemos pegar Feedbacks dos nossos clientes?

Nós podemos utilizar, por exemplo, questionários, normalmente nós utilizamos a plataforma [typeform.com](#), [Google forms](#), [surveymonkey](#), entre uma série de outras, no questionário normalmente você vai querer fazer algo parecido, você vai querer perguntar: “- *O que não ficou claro?*”; “- *O que mais você sugere dentro do conteúdo?*”; “- *Quais outros recursos e funcionalidade que estão faltando?*”

E você pode adicionar também a pergunta **POR QUÊ?** “- *Por que você gostaria dessa funcionalidade?*”; “- *Por que você gostaria mais de aprender sobre esse tópico?*” Isso vai dar margem para que nós possamos entender melhor o nosso cliente e também dar margem para encontrarmos possibilidades no mercado.

Entendendo porque eles realmente querem isso, pode dar margem para criarmos aquela solução e incorporar esses elementos dentro da nossa futura carta de vendas, então questionários são uma forma muito poderosa de utilizar.

Depois podemos, por exemplo, enviar um Email para nossa lista de Email e mandar um broadcast, com o link do User Voice ou um dos questionários que você for fazer para pegar essas informações e depois iremos analisar esses dados e ver quais que são as melhorias a serem incorporadas no nosso produto A e se existe alguma possibilidade de uma criação de um produto B.

Também é possível utilizar iterações diretas com clientes em grupo, outra ferramenta então, são os [Google Hangouts](#) ou conferências ao vivo, e assim você pode interagir mais com os seus clientes e você também pode pedir ao vivo para que eles respondam o questionário ou para que eles ofereçam Feedbacks e sugestões através de sua conta no User Voice.

Isso sim é uma boa estratégia, se nós enviarmos só o Email eles podem procrastinar e não tomar aquela ação, não oferecer esses dados e ao vivo a possibilidade da conversão das pessoas fazerem esse tipo de ação é muito mais alta.

Processo Inteligente Para Iterações e Melhorias em um Negócio Online

Você aprenderá agora um processo inteligente e simples para auxiliar você na condução de iterações e melhorias dos seus produtos. Você não apenas entenderá quando exatamente pedir Feedbacks e sugestões dos seus clientes, mas também de quanto em quanto tempo analisar os dados e iterar para a mais nova versão do seu produto digital.

Então nós temos aquela área do User Voice e um questionário no qual os nossos clientes podem dar Feedbacks de recursos específicos que eles querem, as funcionalidades ou melhoria no nosso material, agora tem 2 pontos importantes nesse processo que precisamos identificar:

O primeiro deles é quando que nós vamos fazer o pedido formal para que o cliente ofereça a sugestão ou Feedback. E Por que isso é importante? Por que se nós pedimos muito cedo o Feedback do usuário é possível que ele não tenha utilizado todos os recursos ou consumido o material ainda.

Então o momento ideal para pedirmos um Feedback do nosso material, é assim que ele pelo menos acessar mais de 80% do nosso curso, ou seja, ele entender realmente o que já foi oferecido para depois fazer um Feedback que ainda não está inserida no seu produto digital.

Então mapeie o seu treinamento, vai ser de quantas semanas? Quantos meses? E mapeie quando que vai ser o momento que você irá fazer o pedido formal.

A depender desse tempo, você pode colocar no autoresponder, ou fazer um processo automatizado em que você irá pedir para ele um pedido formal para que ele avalie, faça um Feedback e ofereça uma sugestão do seu produto.

Então o primeiro passo é mapear quando é que vamos fazer esse pedido formal, ou seja, iremos pedir para o usuário, normalmente através de um auto responder na nossa sequencia de Email. Ou podemos utilizar alguma outra estratégia em que pegamos todos os usuários que já passaram desse tempo, e mandar um broadcast, uma Email de massa, para todos eles que já passaram desse tempo para fazer o pedido ou até mesmo convidar eles para um webinar ou para hangout e fazer o seu pedido durante o hangout.

O segundo passo, é de quanto em quanto tempo é que nós vamos analisar esses dados do questionário ou das votações do User Voice. Não existe uma regra geral, mas podemos fazer assim, por exemplo, na versão do nosso produto A 1.0 podemos, como é um produto novo no mercado normalmente fazemos um período de tempo menor, então na versão 1.0 podemos ir lá a cada 3 meses e coletar as informações.

Depois que nós iterarmos e melhorarmos o produto A, fizemos a versão 2.0, ou seja, está melhor e nós temos mais depoimentos e então um produto mais consistente e solido.

Podemos esperar 6 meses e depois pegamos e melhoramos ainda mais o nosso produto que já sabemos que está ainda mais consolidado, ele já tem as **informações ou recursos realmente transformacionais**, então podemos deixar de 8 meses a 1 ano.

Ou seja, depois que nosso produto estiver bom, solido no mercado, consolidado, nós podemos a cada 1 ano, ir lá e tirar 1 semana do nosso tempo, analisar aqueles dados do questionário do User Voice, ver os pedidos mais votados, analisa-los e ver se daqueles pedidos, quais pedidos mais feitos são para uma versão 4.0.

Nesse caso nós estamos fazendo a iteração e quais as sugestões e Feedbacks vão originar um novo produto. Então assim você não vai perder muito tempo, você pode ficar 1 semana só fazendo essa avaliação ou até menos dependendo da agilidade que você tem com a análise desses dados.

É bom que a longo do tempo depois você vai passar só 1 semana durante todo o ano só fazendo isso. Assim nós estamos **economizando tempo, esforço e energia** através desse processo, que automatizamos o nosso pedido formal para que os nossos clientes deem uma sugestão e depois pegamos o nosso melhor mês do ano e tiramos uma semana ou menos só para analisar aqueles dados e já plotar as melhorias e ver qual vai ser a próxima iteração do produto ou se vai dar margem para melhorar ou criar um novo produto.

Espero que este eBook tenha agregado bastante valor para você e que realmente você tenha conseguido implementar cada coisa que foi dita durante essa jornada.

Se estiver com alguma dúvida sobre algum ponto, é só entrar em contato para debatermos a questão. E caso tenha conseguido implementar seu negócio online, mande o link para conhecermos o seu produto.

Um Grande Abraço e Muito Sucesso!

[João Barreto – O Autônomo na WEB!](#)