

Vender na internet NÃO é mais difícil

Ao contrário do que se imagina conseguir um “sim” na internet é mais difícil em comparação aos canais tradicionais, como por exemplo, uma loja física.

Para provar isso que estou falando trago os números do e-commerce que participa com apenas 5% de tudo que é vendido no varejo. Perceba que a participação é pequena e ela só se dá com uma margem de lucro muito espremida, muitas vezes estas margens não chegam a 3% do faturamento.

Esses números mostram que as pessoas ainda preferem fazer compras do jeito tradicional

A minha experiência mostrou que a dificuldade em vender na internet é agravada por dois motivos:

1. Insegurança
Falta de confiança na transação que é promovida própria natureza do meio e pode ser potencializada pela falta de branding.
2. Stress cognitivo
Uma escolha ruim pode trazer frustrações, por isso a tendência é protelar as decisões que não são urgentes. Ela pensa “Volto quando estiver precisando”. Na internet você sabe que é possível voltar com apenas um clique.

Para as grandes marcas a internet ainda é algo que será lucrativo no futuro, por isso, elas seguem investindo alto em branding e tecnologias.

Se você quer ser lucrativo hoje, precisa tratar os pontos 1 e 2 que levantei acima e para isso você tem 2 caminhos: Branding ou Marketing de Resposta Direta.

- **Para quem é esta especialização:**
Afiliados, Dropshippers, Produtores Digitais e Gestores de Tráfego são mercados onde vc pode construir fontes de renda que usam o MKT de Resposta Direta.
Este é o conteúdo que promove o upside de um mero Gestor de Tráfego para Assessor de Marketing Digital.
- **O que é o Marketing de Resposta Direta:**
Usa o Neuromarketing para que criar ofertas agressivas que convertem no primeiro contato com a marca e com apenas um passo com o Tráfego Direto.
- **O que você vai aprender:**
Cria uma oferta poderosa

*Você não precisa de **branding** para vender todos os dias com escala se escolher produtos de alta **demand**, mas isso não significa que será fácil. Seu sucesso em um*

*nicho de alta demanda depende exclusivamente da sua **oferta**. Isso me leva a necessidade de definir 3 coisa:*

O que é branding?

É o **reconhecimento** e a **consideração** de uma marca ou a autoridade de uma personalidade. Branding é o **sentimento** atribuído à marca. No MKT de Resposta direta tratamos a ausência do branding com uma **Oferta**.

O que é demanda?

É o desejo ou a necessidade apoiado pela capacidade e intenção de compra. Resumindo: Volume de pessoas **prontas para comprar** em um nicho.

O que é oferta?

Produto à disposição do mercado com determinada oportunidade ou vantagem, por oposição à procura. Pense assim: “A pessoa não esta procurando seu produto, logo vc precisa dar uma boa vantagem para levar agora”.

Olha como é simples!

1. Se vc observou o critério da demanda a única justificativa para sua falha na venda é a oferta fraca.
2. Mas pode ser o público que vc escolheu? Não, produtos em nichos de alta demanda não tem carência de segmentação.
3. Mas pode ser meu criativo? De certa forma sim, o criativo é um reflexo da oferta, logo continua sendo um problema de oferta.