DO ZERO AO NEGÓCIO DIGITAL



Um guia prático para entender o marketing digital, conhecer os principais modelos de produtos e descobrir como começar a vender na internet.

ANTES DE COMEÇAR

Hoje existem pessoas ganhando dinheiro pela internet vendendo praticamente todo tipo de solução: cursos, e-books, consultorias, templates, planilhas, comunidades, mentorias, produtos físicos, ferramentas e produtos digitais simples.

Isso pode parecer complicado, mas existe uma lógica por trás de tudo.

Você não precisa começar sabendo criar anúncios, dominar redes sociais, construir um site ou entender todas as ferramentas.

Antes de tudo, precisa entender como funciona o mercado digital.

É isso que este guia vai mostrar.

Você vai entender:

- ✔ O que é marketing digital;
- ✔ Como funciona o funil de vendas;
- ✔ O que significam topo, meio e fundo de funil;
- ✔ O que são produtos digitais;
- ✔ O que são produtos low ticket;
- ✔ Quais outros modelos de produtos existem;
- ✔ Como começar um negócio digital;
- ✔ Como atrair pessoas;
- ✔ Como transformar atenção em interesse;
- ✔ Como transformar interesse em venda;
- ✔ Como criar seu próprio produto digital.

SOBRE O AUTOR



@guilherme.despindola

Prazer, eu sou Guilherme Despindola!

Sou profissional da área contábil e sempre tive interesse por negócios, tecnologia e pelas possibilidades que a internet oferece.

Ao longo da minha trajetória, percebi algo que se repete com muitas pessoas: Elas possuem conhecimentos, experiências e boas ideias, mas não sabem como transformar tudo isso em algo que possa ser oferecido e vendido pela internet.

Você pode começar com aquilo que já sabe.
O objetivo aqui é simplificar o caminho entre ter uma ideia e transformá-la em um primeiro produto digital.

Espero que este material ajude você a dar o primeiro passo!

Uma boa ideia só começa a valer alguma coisa quando sai da cabeça e chega às mãos de alguém.

1. O QUE É MARKETING DIGITAL?



Marketing digital é, de forma simples, o conjunto de estratégias utilizadas para atrair pessoas, gerar interesse, construir relacionamento e vender através de canais digitais.

Esses canais podem incluir:

- Instagram;
- YouTube;
- TikTok;
- Google;
- Blogs;
- E-mail;
- WhatsApp;
- Anúncios;
- Páginas de venda;
- Marketplaces;
- Comunidades;
- Entre outros.

Imagine uma pessoa que possui um conhecimento capaz de resolver um problema. Ela pode transformar esse conhecimento em um produto.

Mas o produto sozinho não faz vendas. É necessário encontrar pessoas que tenham aquele problema, chamar a atenção delas, explicar a solução, apresentar a oferta e facilitar a compra.

É aí que entra o marketing.

UM ERRO COMUM

Pensar que marketing digital significa apenas: 'Fazer post no Instagram.' **Não**. O Instagram é apenas um canal.

Marketing é o sistema por trás dele.

2. COMO FUNCIONA UM NEGÓCIO DIGITAL?

Podemos simplificar um negócio digital em cinco elementos:

ATENÇÃO → INTERESSE → OFERTA → VENDA → ENTREGA

1. **1. ATENÇÃO**
   Pessoas precisam descobrir que você existe.
2. **2. INTERESSE**
   Elas precisam perceber que aquilo que você oferece pode ser relevante para elas.
3. **3. OFERTA**
   Você apresenta uma solução.
4. **4. VENDA**
   A pessoa decide comprar.
5. **5. ENTREGA**
   Você entrega aquilo que prometeu.



Depois da entrega, você pode continuar o relacionamento.

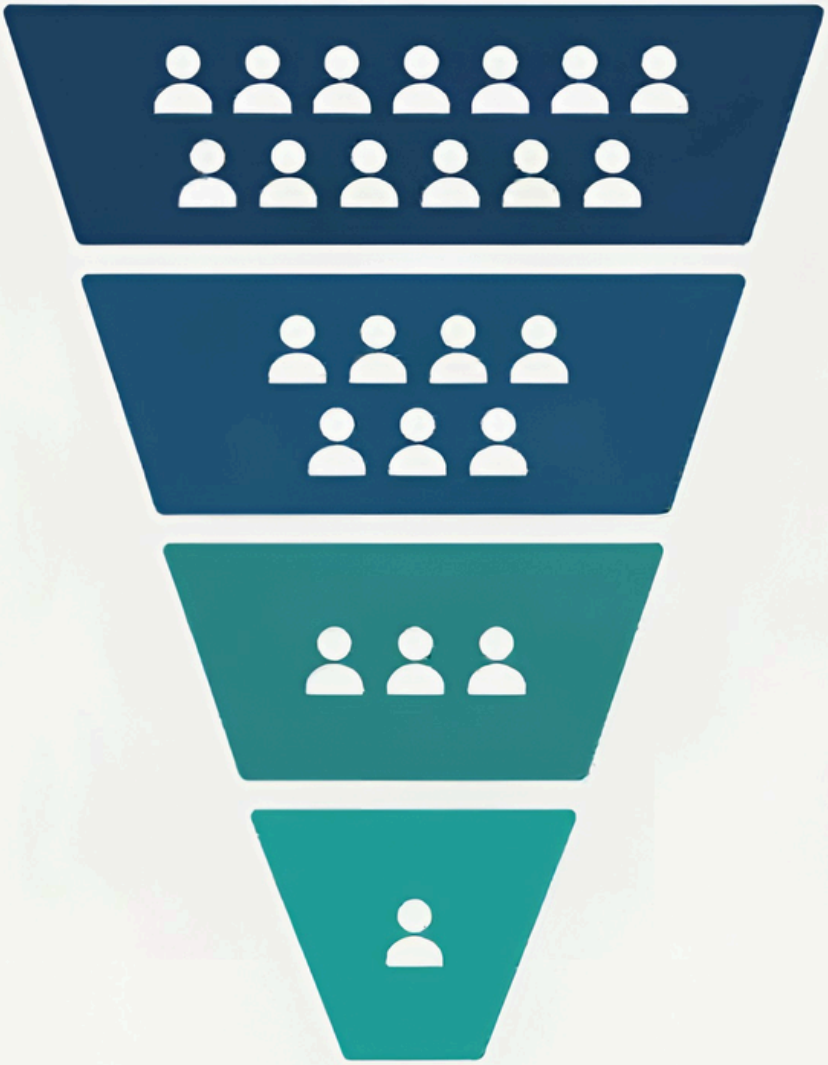
O cliente pode:

- Comprar outro produto;
- Contratar outro serviço;
- Indicar você;
- Entrar em uma comunidade;
- Acompanhar seu conteúdo;
- Tornar-se um cliente recorrente.

Um negócio digital não é apenas uma máquina de vendas.
É um sistema de aquisição + conversão + entrega + relacionamento.

3. O FUNIL DE MARKETING

Agora chegamos a um dos conceitos mais importantes do marketing digital: O FUNIL. Imagine milhares de pessoas passando por diferentes etapas. No início, muitas pessoas ainda não conhecem você. Uma parte delas demonstra interesse. Uma parcela menor considera sua solução. E uma parcela ainda menor compra. É por isso que utilizamos a ideia de funil.



- **TOPO**
  Muitas pessoas.
- **MEIO**
  Pessoas interessadas.
- **FUNDO**
  Pessoas próximas da decisão.
- **CLIENTE**
  Pessoas que compraram.

4. TOPO DE FUNIL

O topo do funil é onde você encontra pessoas que ainda não estão necessariamente procurando comprar de você.



Elas podem estar:

- Pesquisando;
- Aprendendo;
- Curiosas;
- Tentando resolver um problema;
- Procurando inspiração;
- Descobrindo uma nova possibilidade.

Aqui, o principal objetivo geralmente não é vender imediatamente. É:

CHAMAR ATENÇÃO.

EXEMPLOS DE CONTEÚDO DE TOPO

- 5 erros que fazem seu primeiro produto digital não vender
- Como funciona um negócio digital?
- O que é um produto low ticket?
- Como começar a vender na internet?
- 7 ideias de produtos digitais para iniciantes
- Quanto custa começar um negócio digital?

Esse tipo de conteúdo pode alcançar pessoas que ainda não conhecem sua solução.

5. POR QUE O TOPO DE FUNIL É IMPORTANTE?

Porque poucas pessoas compram de alguém que acabaram de descobrir.

CENÁRIO 1
COMPRA IMEDIATA



"Compre meu produto por R$97"

- Quem é essa pessoa?
- Por que deveria confiar nela?
- Isso funciona?
- Esse produto é para mim?
- O que exatamente vou receber?

CENÁRIO 2
RELACIONAMENTO AO LONGO DO TEMPO



- Agora imagine que você acompanha essa pessoa durante algumas semanas.
- Você vê seus conteúdos. Aprende alguma coisa.
- Percebe que ela entende do assunto.
- Baixa um material gratuito.
- Recebe alguns e-mails.
- Começa a compreender melhor seu problema.
- Quando essa pessoa apresentar um produto, o contexto será completamente diferente.

ATENÇÃO VEM ANTES DA CONVERSÃO

6. O MEIO DO FUNIL

No meio do funil, a pessoa já possui mais consciência.
Ela não está apenas descobrindo um assunto.
Começa a considerar uma solução.

Aqui você pode aprofundar:

- Problemas;
- Métodos;
- Comparações;
- Estratégias;
- Estudos de caso;
- Erros;
- Ferramentas;
- Processos;
- Demonstrações.



NÍVEIS CRESCENTES DE CONSCIÊNCIA

No topo:

"O que é um produto digital?"

No meio:

"Como escolher um produto digital para vender?"

Mais adiante:

"Como validar uma ideia de produto antes de criá-la?"

Perceba a progressão. A pessoa está ficando mais consciente.

7. O FUNDO DO FUNII

No fundo do funil, a pessoa está mais próxima de uma decisão. Ela pode estar procurando:

- Preço;
- Comparação;
- Demonstração;
- Depoimentos;
- Garantia;
- Detalhes da oferta;
- Bônus;
- Condições de pagamento;
- Informações sobre o produto.

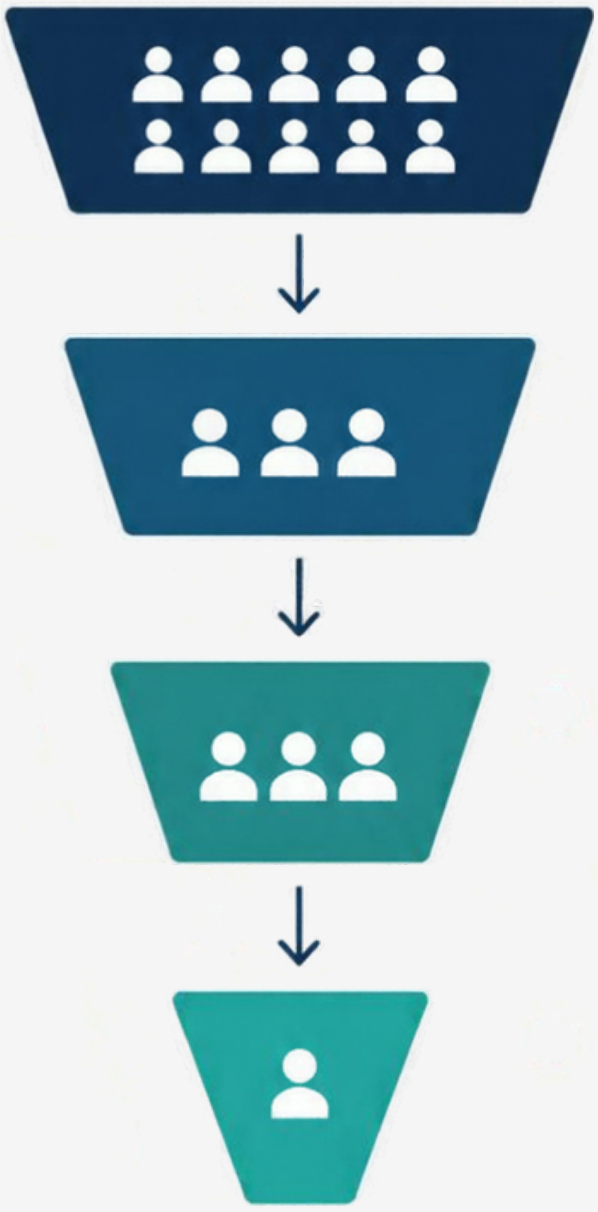


Exemplos:

- 'Vale a pena comprar o [produto]?
- 'Como funciona o [produto]?'
- 'O que vem no [produto]?'
- 'Qual a diferença entre X e Y?'

Neste estágio, sua comunicação pode ser mais diretamente comercial.

8. UMA VISÃO SIMPLES DO FUNIL

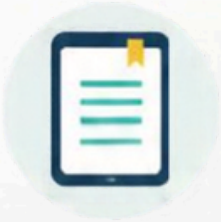


- **TOPO**
  “O que é isso?”
- **MEIO**
  “Isso pode me ajudar?”
- **FUNDO**
  “Essa solução é adequada para mim?”
- **COMPRA**
  “Vou comprar.”

Não significa que todas as pessoas seguirão exatamente essa sequência. Na prática, as jornadas podem ser muito diferentes. Mas esse modelo ajuda você a entender o processo.

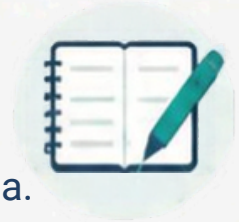
9. O QUE É UM PRODUTO DIGITAL?

Um produto digital é uma solução entregue digitalmente.



E-BOOK

Um conteúdo organizado para ensinar alguma coisa.



WORKBOOK

Um material que combina conteúdo e execução.



CURSO

Conteúdo estruturado em aulas.



TEMPLATE

Um modelo pronto para ser adaptado.



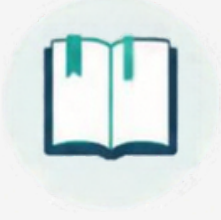
PLANILHA

Uma ferramenta para organizar ou calcular algo.



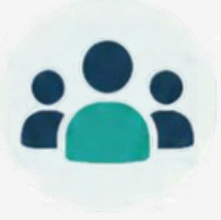
CHECKLIST

Uma sequência de verificação.



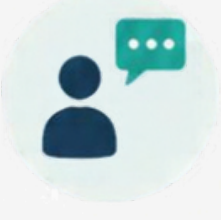
GUIA

Um caminho estruturado.



COMUNIDADE

Um ambiente de interação entre pessoas.



MENTORIA

Orientação estruturada para ajudar alguém a alcançar determinado resultado.



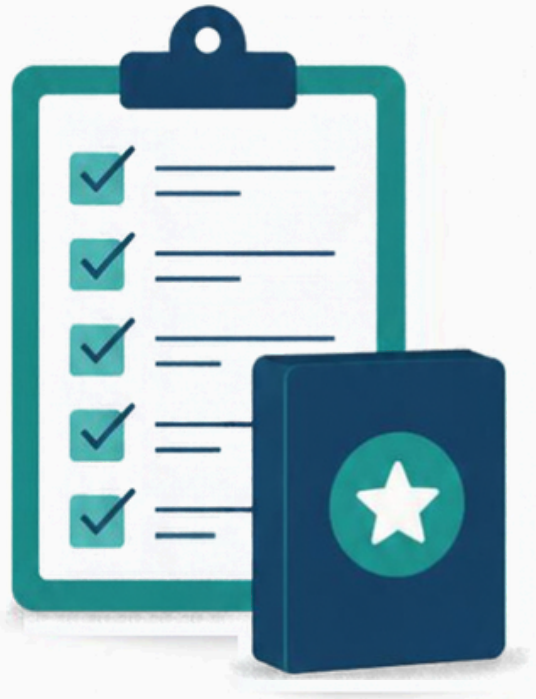
SOFTWARE

Uma ferramenta digital que resolve um problema.

Existe uma infinidade de formatos. Mas o formato é secundário.
O que realmente importa é: **QUAL PROBLEMA O PRODUTO RESOLVE?**

10. PRODUTO NÃO É SINÔNIMO DE CURSO

Esse é um dos conceitos mais importantes para quem está começando. Muitas pessoas pensam: 'Preciso gravar um curso de 20 aulas.' Não necessariamente.



Se o problema puder ser resolvido com:

- Uma planilha;
- Um checklist;
- Um roteiro;
- Um template;
- Um workbook;
- Um guia;
- Talvez um produto mais simples seja suficiente.

Um produto não precisa ser grande.
Precisa ser: útil + claro + aplicável.

11. O QUE É LOW TICKET?

Low ticket significa, de maneira geral, um produto com preço relativamente baixo. Não existe um único valor universal que defina low ticket. Dependendo do mercado, do público e da moeda, a faixa pode variar.

R$17 → R$27 → R$37 → R$47 → R$67 → R$97

Mas o preço não é o que transforma um produto em uma boa oferta.
O principal é a relação entre: problema + solução + percepção de valor + preço.

12. POR QUE LOW TICKET E INTERESSANTE PARA INICIANTES?

Um produto de entrada pode reduzir algumas barreiras.

Para o comprador:
"É uma decisão relativamente pequena."

Para o produtor:
"Posso testar uma ideia sem construir uma operação gigantesca."

PRINCÍPIO:
TESTAR ANTES DE ESCALAR.

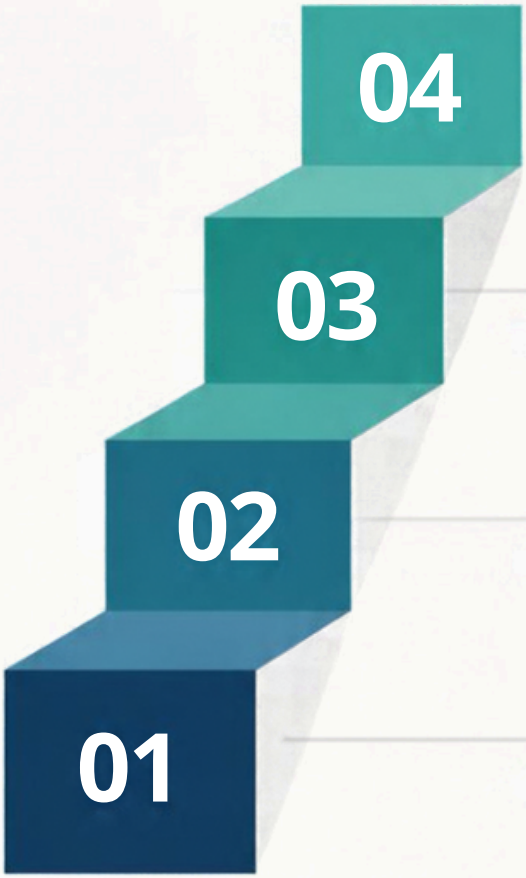
Você pode criar uma primeira versão. → **Apresentar.** → **Observar.** → **Receber feedback.** → **Melhorar.** → **E então decidir se vale investir mais.**

13. EXEMPLOS DE PRODUTOS LOW TICKET

- **Imagine que você seja nutricionista.** Você poderia criar: Guia de Marmitas Saudáveis para a Semana.
- **Um personal trainer:** Planilha de Treino para Iniciantes.
- **Um fotógrafo:** Guia para Tirar Fotos Melhores com o Celular.
- **Um contador:** Checklist para Organizar as Finanças da Pequena Empresa.
- **Um professor de inglês:** Guia de 100 Frases para Viagens Internacionais.
- **Um designer:** Kit de Templates para Instagram.
- **Um profissional de marketing:** Checklist para sua Primeira Oferta Digital.

Perceba o padrão. Não é necessário transformar todo conhecimento em um curso. Você pode transformar uma solução específica em produto.

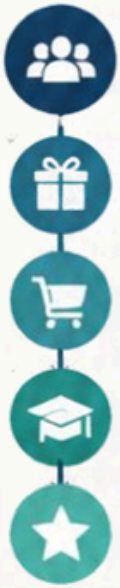
14. ALÉM DO LOW TICKET



- **HIGH TICKET**
  Mentoria, consultoria, implementação ou solução personalizada.
  Objetivo: entregar maior profundidade ou personalização.
- **PRODUTO PRINCIPAL**
  Curso, programa, ferramenta ou solução mais completa.
  Objetivo: resolver um problema maior.
- **LOW TICKET**
  Produto de entrada.
  Objetivo: converter um interessado em cliente.
- **GRATUITO**
  Conteúdo, checklist, mini-guia ou material educativo.
  Objetivo: atrair e gerar relacionamento.

15. UM EXEMPLO DE ECOSSISTEMA

Imagine que você ensine organização financeira.

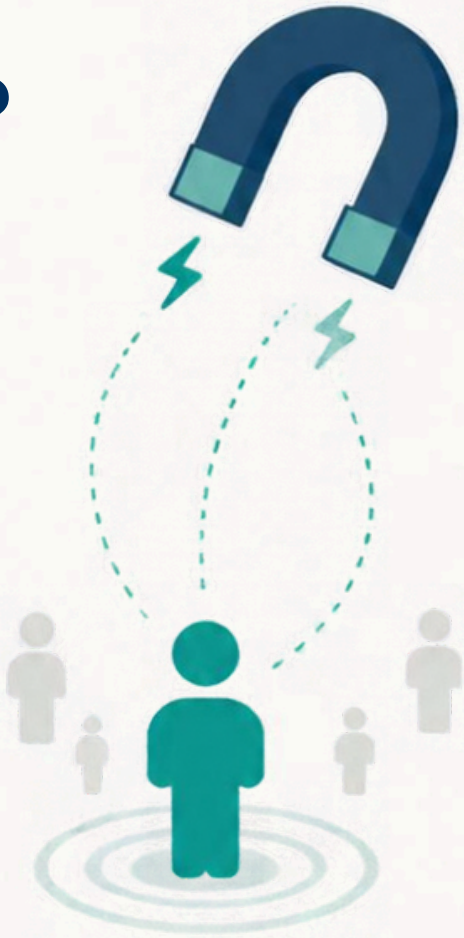


- **TOPO —** Conteúdo gratuito: “5 erros que destroem seu orçamento.”
- **ISCA DIGITAL —** “Planilha gratuita para organizar suas finanças.”
- **LOW TICKET —** “Método de Organização Financeira R$37.”
- **PRODUTO PRINCIPAL —** “Programa de Organização Financeira R$297.”
- **HIGH TICKET —** “Consultoria Financeira Individual.”

Perceba que os produtos não precisam competir entre si. Eles podem formar uma jornada.

16. O QUE É UMA ISCA DIGITAL?

Uma isca digital é um conteúdo ou recurso gratuito oferecido em troca de alguma ação, normalmente o contato da pessoa.



- E-book
- Checklist
- Planilha
- Mini-Curso
- Guia
- Aula
- Template
- Diagnóstico
- Quiz

O objetivo não é simplesmente: "Dar algo grátis."
O objetivo é: **ATRAIR A PESSOA CERTA.**

17. UMA BOA ISCA NÃO DEVE ATRAIR TODO MUNDO

Esse é um erro importante.

Uma isca:

"100 frases motivacionais para começar a semana."

Provavelmente muitas pessoas poderiam baixar. Mas quantas delas querem criar um negócio digital? Poucas.

Uma isca melhor seria:

"Guia para encontrar sua primeira ideia de produto digital."

Agora a pessoa que baixa o material provavelmente possui uma relação muito maior com o problema que você resolve. Isso é: **LEAD QUALIFICADO.**

18. A RELAÇÃO ENTRE ISCA E LOW TICKET



19. O QUE É UM LEAD?

Lead é uma pessoa que demonstrou algum nível de interesse e deixou um meio de contato ou entrou em um canal onde você pode continuar a comunicação.



Uma pessoa vê seu vídeo.

Depois baixa seu guia.

Agora você possui uma forma de continuar o relacionamento com ela.

Ela deixou de ser apenas uma pessoa que viu seu conteúdo. Tornou-se um **lead**.

20. O QUE É TRÁFEGO?

Tráfego é o fluxo de pessoas chegando aos seus canais ou ofertas.

ORGÂNICO

Você não paga diretamente pela distribuição daquele conteúdo.

Exemplos:

Instagram; YouTube; TikTok; SEO; Pinterest; comunidades.

PAGO

Você investe dinheiro para alcançar pessoas.

Exemplos:

Meta Ads; Google Ads; TikTok Ads; outras plataformas de publicidade.

Os dois podem fazer parte de uma estratégia.

21. ORGÂNICO X PAGO

Não pense: ”Qual dos dois é melhor?”
Pense: “Qual deles faz sentido para meu momento e meu modelo?”

ORGÂNICO

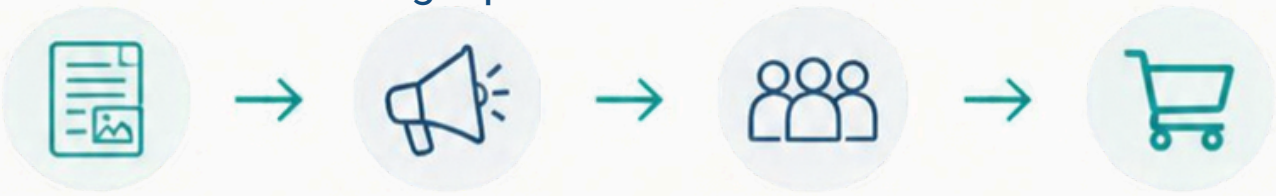
O orgânico pode exigir mais tempo e consistência.

X

PAGO

O pago pode acelerar a distribuição, mas exige investimento e aprendizado.

Uma estratégia pode inclusive utilizar os dois.



Conteúdo orgânico → **Anúncios para uma isca** → **Sequência de relacionamento** → **Oferta low ticket**

22. O PAPEL DO CONTEÚDO

Conteúdo não precisa vender diretamente em todas as publicações.
Ele pode cumprir diferentes funções.

EDUCAR
Ensinar alguma coisa.

GERAR CURIOSIDADE
Apresentar uma possibilidade.

GERAR CONSCIÊNCIA
Fazer a pessoa perceber um problema.

CONSTRUIR AUTORIDADE
Demonstrar conhecimento.

GERAR RELACIONAMENTO
Criar conexão com o público.

CONVERTER
Conduzir para uma ação.

23. UMA ESTRUTURA SIMPLES DE CONTEÚDO

PROBLEMA Mostre algo que a pessoa enfrenta.	**Problema** "Você tem conhecimento, mas não sabe o que vender?"
POSSIBILIDADE Mostre que existe uma alternativa.	**Possibilidade** "Seu conhecimento pode virar um produto digital."
PROCESSO Mostre como algo funciona.	**Processo** "Veja como transformar um problema em uma oferta."
OFERTA Mostre uma solução.	**Oferta** "Se quiser fazer isso passo a passo, conheça o **"IDEIA QUE VENDE**."

24. O ERRO DE QUERER VENDER ANTES DE TER UMA OFERTA

Muitas pessoas começam pensando: 'Como faço para vender?'
Antes de responder isso, pergunte: 'O que exatamente estou vendendo?'
Uma venda é consequência de uma oferta.
Uma oferta é consequência de uma solução.
Uma solução nasce de um problema.



Não pule estas etapas.

25. COMO ENCONTRAR UMA IDEIA DE PRODUTO?

Comece pelo conhecimento que você já possui.

- **O que eu sei fazer?**
- **O que as pessoas costumam me perguntar?**
- **Que problema consigo ajudar alguém a resolver?**
- **Que resultado consigo ajudar alguém a alcançar?**
- **O que eu já precisei aprender para chegar onde estou?**

Essas respostas podem revelar **oportunidades**.

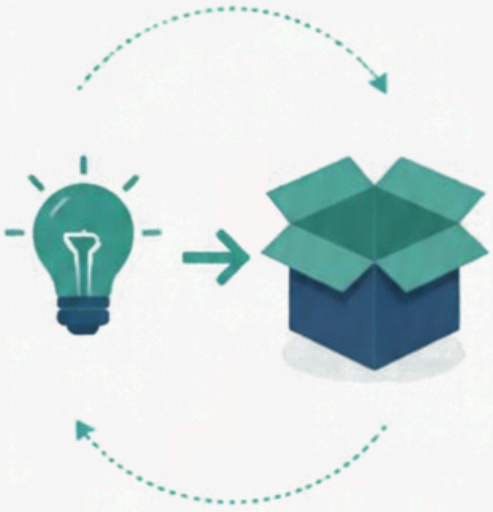
26. UMA IDEIA NÃO É UM PRODUTO

Esta distinção é fundamental.

Quero ensinar marketing digital. →
- Público
- Problema
- Resultado
- Formato
- Mecanismo

Quero ensinar iniciantes a criar sua primeira oferta low ticket. →
- Público
- Problema
- Resultado
- Formato
- Mecanismo

Quero ensinar profissionais a venderem seus serviços na internet
- Público
- Problema
- Resultado
- Formato
- Mecanismo



A ideia começou a se transformar em produto.

27. A PERGUNTA MAIS IMPORTANTE

TEM GENTE QUE PAGARIA POR ISSO?



Antes de criar qualquer coisa, pergunte:
TEM GENTE QUE PAGARIA POR ISSO?

Você não precisa saber a resposta imediatamente.
Mas precisa criar uma forma de descobrir.
Isso muda completamente sua abordagem.

Em vez de:
"Vou passar três meses criando."

Você pode pensar:
"Como consigo testar essa hipótese?"

28. TESTAR É MAIS IMPORTANTE DO QUE ADIVINHAR

Você pode acreditar que uma ideia é excelente.
Pode pesquisar durante semanas.
Pode criar um produto enorme.
E ainda assim descobrir que as pessoas não possuem interesse suficiente naquela solução específica.



29. O CICLO DO NEGÓCIO DIGITAL



Esse ciclo pode se repetir várias vezes.

30. COMO IREI CRIAR MEU PRIMEIRO PRODUTO DIGITAL?

Até aqui, você conheceu a estrutura básica por trás de um negócio digital.

- Como funciona o marketing digital;
- O papel do funil na jornada do cliente;
- O papel do topo, meio e fundo de funil;
- O que são produtos digitais;
- Como funciona o modelo low ticket;
- Como uma isca digital pode gerar leads;
- Como conteúdo pode gerar atenção;
- E por que uma boa ideia precisa ser transformada em uma oferta antes de ser colocada no mercado.



Mas existe uma pergunta que provavelmente começou a surgir na sua cabeça: 'Tá, mas como eu transformo a minha ideia em um produto digital de verdade?'

Essa é uma etapa completamente diferente. Ter uma ideia é apenas o começo. Você ainda precisa definir para quem ela é, qual problema resolve, qual resultado entrega, qual formato terá, como ser apresentada e como poderá ser testada no mercado.

E foi justamente pensando nessa próxima etapa que eu preparei um material exclusivo para quem baixou este e-book.

UMA MATERIAL EXCLUSIVO PARA VOCÊ!



IDEIA QUE VENDE

Os segredos para transformar uma ideia em seu primeiro produto digital.

Eu preparei o **IDEIA QUE VENDE** especialmente para quem quer dar o próximo passo.

O material foi criado para tirar você do campo das ideias e colocar sua primeira oferta no papel.

Em vez de simplesmente entregar mais teoria sobre marketing digital, ele conduz você por um processo prático para transformar uma ideia em algo que possa ser estruturado, apresentado e testado.

Você vai trabalhar desde a definição do problema e do público até a construção da sua primeira oferta digital.

O MÉTODO **C.O.R.T.E.**

C — CORTAR — Elimine o excesso e encontre o que realmente importa.

O — ORGANIZAR — Organize sua ideia em torno de um problema, público e resultado.

R — REGISTRAR — Transforme sua idéia estruturada em um produto concreto.

T — TESTAR — Coloque sua primeira oferta diante de pessoas reais.

E — EXAMINAR — Analise as respostas e descubra o que precisa ser melhorado.

SUA IDEIA NÃO PRECISA CONTINUAR APENAS NA SUA CABEÇA.

Talvez você já tenha uma ideia de produto.
Talvez tenha conhecimento sobre alguma área.
Talvez saiba resolver um problema que outras pessoas enfrentam.
Ou talvez você ainda não saiba exatamente o que vender.



Em todos esses casos, o próximo passo não é consumir mais centenas de horas de conteúdo. **É começar a construir.**



O **IDEIA QUE VENDE** foi desenvolvido justamente para isso:

TRANSFORMAR UMA IDEIA EM UMA PRIMEIRA OFERTA DIGITAL.

Se este guia ajudou você a entender como funciona o mercado, o próximo material foi criado para ajudar você a descobrir como entrar nele. Você já entendeu o jogo. Agora é hora de colocar sua primeira ideia em prática.

ACESSAR IDEIA QUE VENDE

