

Marketing de Aprendizagem

Serge Rehem

Marketing4Nerds.com

Education Based Marketing (EBM)



Callan Rush

<http://www.callanrush.com/>

Marketing de Aprendizado

- 1) Entrega valor antes de receber o primeiro centavo
- 2) Posicionar a compra

“CONSELHEIRO CONFÍAVEL”

Fórmula de Sucesso

$$S^3 = V \times I$$

(S)ucesso
(V)olume
(I)ntimidade

S3:
Impacto
Inspiração
Receita

CLIENTE PERFEITO

3% ATIVOS, buscando ativamente  BRIGA DE CACHORRO!

7% ABERTOS, mas não buscando ativamente

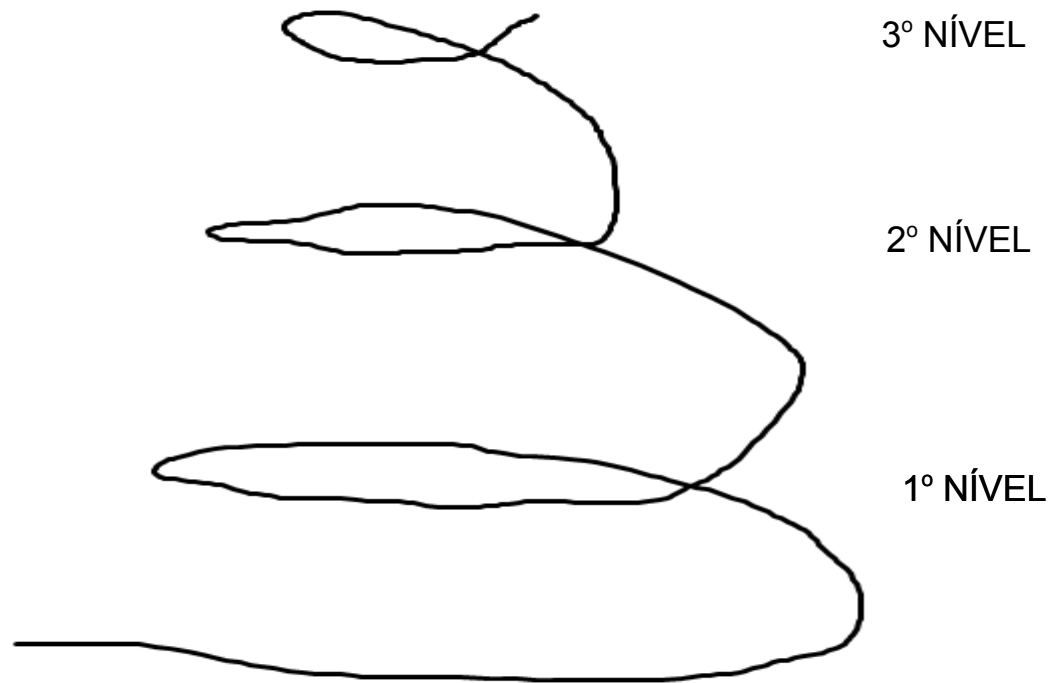
30% CONSCIENTES, talvez no futuro

30% INCONSCIENTES

30% NÃO!

67%

MODELO DE VENDA EM ESPIRAL



O QUE MAIS QUE EU SEI?

X

QUAL É O PRÓXIMO PROBLEMA NATURAL A SER
ENFRENTADO?

3. ATRAIR (MAGNETIZE)

2. FASCINAR (MESMERIZE)

1. MONETIZAR (MONETIZE)

3. ATRAIR

S.O.S

SINTOMA → ORIGEM → SOLUÇÃO
(TÍTULO) (CONTEÚDO) (OFERTA)

1. Público Específico

- AUTO-SELEÇÃO
- DENOMINAÇÃO “EGÓICA” (EGOIC LABEL)
- PRETO OU BRANCO / SIM OU NÃO
- APENAS 1 POR CAMPANHA DE MARKETING

2. Problema Específico

- DOR (SINTOMA) x PRAZER
- PÚBLICO ESPECÍFICO
- PROBLEMA “TOP-OF-MIND” ESPECÍFICO
 - SAÚDE, DINHEIRO, RELACIONAMENTO, SEXO, IDENTIDADE

1. QUAL SUA SOLUÇÃO?

2. REESCREVA EM FORMA DE UM PROBLEMA

3. TRANSFORME NO PROBLEMA “TOP OF MIND”

3. Título Tentador

- #3
- PÚBLICO ESPECÍFICO (PubE)
- PROBLEMA ESPECÍFICO (ProE)

OS 3 MAIORES ERROS QUE
MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM (PubE) COMETEM
E QUE DEIXAM SEUS FILHOS MIMADOS(ProE)

“EI, ISSO É PRA MIM!”

3. CONTEÚDO

- 3 TÓPICOS (POINTS)
- LINGUAGEM DE “FLIP-CHART”
- O QUE / PORQUE / COMO

TÓPICOS

3. O 2º MAIS FORTE

2. O MAIS FRACO

1. O MAIS FORTE, PERTO DA SOLUÇÃO

**OS 3 MAIORES ERROS QUE
MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM COMETEM
E QUE DEIXAM SEUS FILHOS MIMADOS**

3. DIFICULDADE EM DIZER NÃO

2. FALTA DE ROTINA FAMILIAR

1. SISTEMA DE PUNIÇÕES E RECOMPENSAS

S.O.S

SINTOMA → ORIGEM → SOLUÇÃO
(TÍTULO) (CONTEÚDO) (OFERTA)

OS 3 MAIORES ERROS QUE
MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM COMETEM
E QUE DEIXAM SEUS FILHOS MIMADOS

1. SISTEMA DE PUNIÇÕES E RECOMPENSAS

OFERTA: SOLUÇÃO DE P&R PARA A FAMÍLIA

5 FORMAS DE ATRAIR PÚBLICO

1. PALESTRANTE CONVIDADO
2. EVENTO INTRODUTÓRIO PRÓPRIO
3. WEBINÁRIOS / HANGOUTS
4. VIDEO ON-LINE
5. ALIANÇAS ESTRATÉGICAS (AFILIADOS)

2. FASCINAR
3. MONETIZAR

(continua....)