

EMPREENDEDORISMO

APRENDA A CRIAR E LUCRAR COM OS INFOPRODUTOS



SEBRAE



© 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – SEBRAE/BA

Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP

Rua Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho

CEP: 40.060-350 – Salvador / BA

Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Carlos de Souza Andrade

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Norma Lúcia Oliveira da Silva

Leandro de Oliveira Barreto

Analistas

André Gustavo de Araújo Barbosa

Viviane Canna Brasil Sousa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica

Yayá Comunicação Integrada

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia

SUMÁRIO

Infoprodutos: a maneira mais moderna de ter acesso à informação	4
Como criar e lucrar com os infoprodutos	6
Oportunidades para infoprodutos no Brasil	7
Conheça os principais tipos de infoprodutos	8
O que considerar ao abrir uma empresa de infoprodutos	11
Canais de distribuição para infoprodutos	15
Como atrair consumidores	16
Mantenha o equilíbrio financeiro para novos investimentos	18
Conclusão	20

INFOPRODUTOS: A MANEIRA MAIS MODERNA DE TER ACESSO À INFORMAÇÃO



Na era digital, o acesso à informação se torna cada vez mais fluido e facilitado. No contexto contemporâneo, em que o tempo é a moeda mais valiosa e é preciso acumular diversas atividades em cada momento para otimizar as horas, os consumidores não têm mais tempo hábil para resgatar conhecimento em múltiplos livros físicos, cursos extensos e presenciais, seminários em outros estados e os infoprodutos se apresentam como a forma mais moderna, simples e prática de adquirir novas informações utilizando a velocidade e acessibilidade a seu favor.

Os infoprodutos se destacam pelo seu caráter facilitador, despertando automaticamente a simpatia do usuário, que enxerga neles uma solução prática para a sua necessidade de adquirir informações com simplicidade. Ao mesmo tempo, em termos de venda, os infoprodutos são fáceis de comercializar pela sua adaptabilidade: é possível adequá-los a diversos tipos de negócio, garantindo a máxima de não colocar todos os ovos da sua empresa em um mesmo cesto.

Trabalhar com a criação de infoprodutos é de longe uma das formas mais lucrativas de se trabalhar no ambiente digital. Não dependendo da dedicação de alguém para a venda do produto, o ditado “tempo é dinheiro”, pode aqui ser interpretado da forma mais literal possível. O empreendedor que se dedicar à produção de infoprodutos, pode usar o momento de lançamento e venda de um produto para pesquisa e criação de um segundo produto.

Criado a partir do compartilhamento de informações, os infoprodutos são totalmente digitais. Desde a sua idealização, criação, venda e entrega totalmente digitais. Vantagem sobre produtos físicos, os infoprodutos não demandam estoque, ou espaço de armazenamento, uma vez que um “único item” pode ser enviado infinitas vezes.

Com principal objetivo de partilhar conhecimento, proporcionando algum tipo de aprendizado ao consumidor, os infoprodutos eliminam a necessidade de se deslocar para um local físico para aprender algo novo.

Ao atingir diferentes mercados, você ganha mais e de forma mais segura.



COMO CRIAR E LUCRAR COM OS INFOPRODUTOS



Toda e qualquer área de conhecimento pode vir a gerar um produto digital: música, culinária, esportes, animais de estimação, informática, casamento, planejamento financeiro. Ter conhecimento aprofundado sobre algum assunto e saber compartilhar isso já é o princípio para empreender no mundo digital.

Com características diferentes, os infoprodutos podem ser apresentados em diversos formatos, variando de PDF, vídeos e arquivos de áudio, ou mesmo a combinação entre eles.

Para promover o seu infoproduto é importante criar uma landing page. Ela funciona como um vendedor virtual especializado apenas no seu produto, já que tem o papel de convencer os interessados do seu valor e levá-los ao consumo. Investir em redes sociais, criando um canal de comunicação ativo com o público, pode atrair mais consumidores do que falar apenas sobre sua marca, além de trabalhar de forma a otimizar os motores de busca, através de uma série de ações possíveis.

OPORTUNIDADES PARA INFOPRODUTOS NO BRASIL



Produzir para a internet é um mercado que vem crescendo cada dia mais e, definitivamente, os infoprodutos não ficam de fora dessa métrica.

Ao dar início a essa estratégia, você e sua empresa conseguem vários ganhos.

O primeiro deles é o baixo custo da sua mercadoria: apostar em infoprodutos é sinônimo de economia em vários sentidos, uma vez que uma mesma “unidade” de produto já pode ser distribuída a inúmeros consumidores. Além disso, você diz adeus para o estoque e o custo de distribuição e, com todas essas características, você passa a ter praticamente 100% do lucro gerado por seus materiais revertido para você.

Outro benefício do infoproduto se encontra, mais uma vez, na magia da internet: por ser vendido no mundo online, ele quebra barreiras geográficas – você consegue alcançar um público muito mais amplo – e pode ser comprado qualquer hora do dia – aqui a internet trabalha por você e, por isso, não existe horário de abrir e fechar seu negócio.

CONHEÇA OS PRINCIPAIS TIPOS DE INFOPRODUTOS



E-books

Livros em formatos específicos para leitura em dispositivos digitais como computadores, celulares, e-readers e tablets. Têm a vantagem de facilitar a leitura de livros, já que possuem grande mobilidade e podem ser armazenados em aparelhos leves e pequenos;

E-magazines

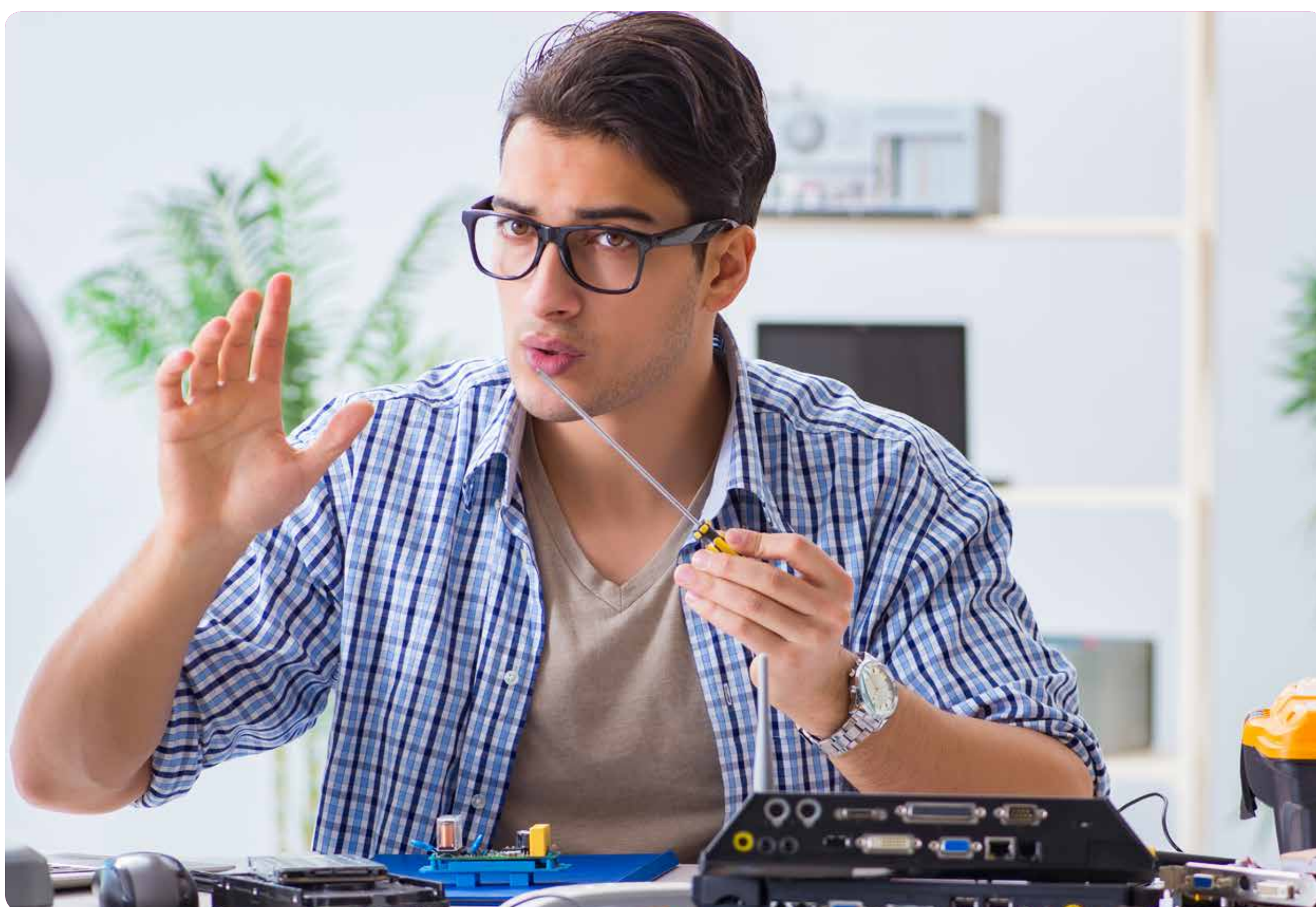
Revistas em formato digital, disponíveis para leitura em dispositivos eletrônicos. Sendo as revistas tradicionais um tipo de produto pouco sustentável em virtude da grande e contínua impressão de papel, as e-magazines se caracterizam, ainda, como um negócio favorável ao meio-ambiente;

Vídeo Aulas

Aulas gravadas previamente ou exibidas ao vivo, disponibilizadas em plataformas como Youtube ou sites especializados de Educação a Distância. Tornam o acesso ao aprendizado mais simplificado, uma vez que o aluno pode ajustar sua rotina e escolher a melhor hora de se dedicar aos estudos;

Audiobooks

Narração de um livro em voz alta, acompanhado de efeitos e suportes diversificados, o livro falado é encontrada em novos aplicativos ou então em CD;



Podcasts

O podcast é como um programa de rádio, porém sua diferença e vantagem primordial é o conteúdo sob demanda. O ouvinte pode escolher, quando e o que escutar. Bastando acessar e apertar o play ou baixar o episódio. Com temáticas variadas os podcast podem tratar de Cinema, Ciências, Política, Notícias, Games, Religiosos, e muito mais;

Videocasts

Versão em vídeo dos podcasts, os videocasts possuem as mesmas características quanto às suas propostas, possibilidade ilimitada quanto ao conteúdo, além da viabilidade de escolha de quando, onde e qual assistir;

Whitepapers

Documento criado para apresentar de forma aprofundada determinado problema, suas causas, conceitos e, sua solução. Como principal indicação, está o uso em estratégias de marketing, recebendo conteúdo de valor, mas sem ser tão focado;

Screencasts

Vídeo onde a tela do computador e a atividade realizada nele é gravada, o screencast é geralmente usado para apresentação de tutoriais de software, sejam de apresentações de novas ferramentas ou de solução de problemas, facilitando ao público o entendimento e como realizar cada tarefa;

Webinars

Webconferência de via única de comunicação, na webinar somente uma pessoa se expressa e as outras assistem. Usada em palestras, cursos ou apresentações, a interação entre os participantes é limitada ao uso do chat, de modo que eles podem conversar entre si ou enviar perguntas sem interromper o processo;

Ferramentas

Diferindo das demais, uma vez que não possui como foco produção e transmissão de conteúdo, mas em oferecer algum tipo de ajuda, as ferramentas facilitam atividades práticas. Ferramentas são a combinação perfeita entre criar alto valor para os clientes e gerar mais lucro para o seu negócio;

Membership (conteúdo exclusivo para membros)

O termo “membership” significa ser associado a, ou membro de algum grupo exclusivo. Na prática são sites de conteúdo privado, com acesso restrito a membros autorizados. Ideal para clubes privados, grupos de classes profissionais ou programas de treinamentos, os usuários possuem acesso mediante pagamento de taxa de adesão ou mensalidade.



O QUE CONSIDERAR AO ABRIR UMA EMPRESA DE INFOPRODUTOS



Para adentrar neste setor do empreendedorismo digital, você deve pensar primeiramente num assunto que realmente domine, a ponto de se sentir seguro para ensinar sobre ele. Uma vez que nesse mercado não há espaço para inseguranças ou dúvidas sobre o que você oferece, quanto mais aprofundado for seu conhecimento e a sua habilidade em simplificá-lo para que se torne acessível para um maior número de pessoas leigas no assunto, maiores as suas chances de sucesso, pois os consumidores buscam de fato por um especialista.

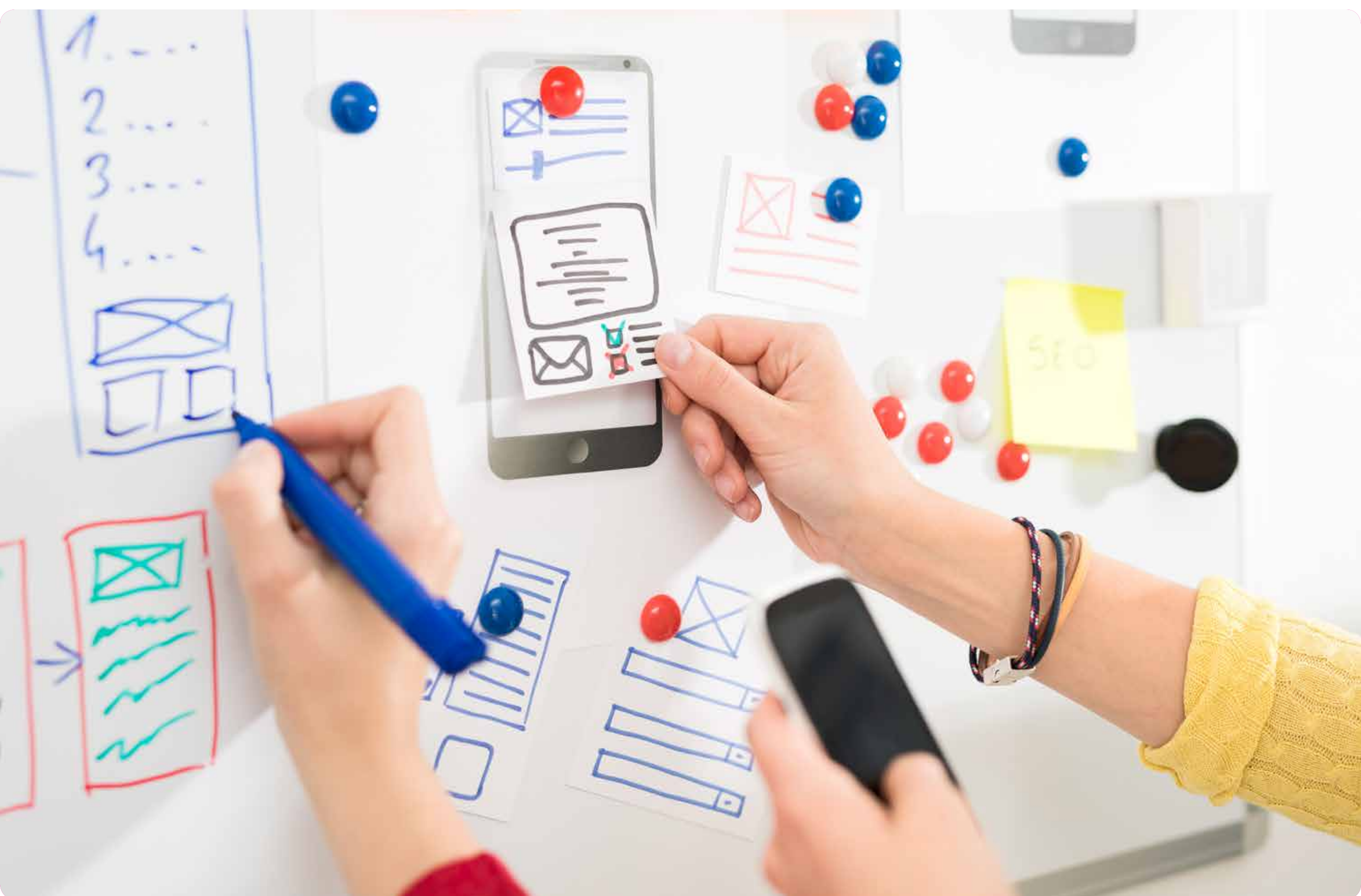
O trabalho bem feito hoje é a maior garantia para o amanhã

Na internet existe uma quantidade enorme de clientes em potencial dispostos a pagar por produtos que solucionem seus problemas. Posicionar a sua empresa em um nicho específico, no qual você domine, vai aumentar as chances de conquistar possíveis interessados.

Para atrair um grande número de interessados é preciso que o produto resolva um problema, inquietação, ou atenda uma necessidade de muitas pessoas. Quanto maior ou mais constante a necessidade das pessoas pelo que o seu produto propõe resolver, maior a chance de seu produto se tornar um sucesso e vendas.

As técnicas de como desenvolver um infoproduto variam de acordo com o formato e perfil de público, mas é possível criar a maioria deles usando apenas:

- Computador de mesa ou notebook;
- Internet banda larga;
- Câmera digital ou webcam;
- Programas de diagramação (Illustrator, InDesign e etc).



IDENTIFICANDO O PÚBLICO PARA SEU INFOPRODUTO



Para qualquer tipo de negócio, é de extrema importância entender quem é o seu público-alvo para definir melhor as estratégias. **Quem está disposto a pagar pelo que você pode oferecer?** Qual o tamanho desse mercado? Definir o tamanho do mercado vai lhe mostrar a lucratividade do seu produto. Outro fator a se considerar é a concorrência. Algumas valem mais porque tem mais gente interessada nela e menos concorrentes proporcionalmente.

A curva de oferta e demanda está a favor da demanda. Outras valem menos porque tem um mercado muito pequeno ou muitos concorrentes. Nesse caso, a curva de oferta e demanda está a favor da oferta. Levantando esses dados – demanda, oferta, poder de compra do mercado – você já estará apto a escolher o melhor público-alvo e, a partir daí, qual o melhor produto para vender e diminuir o risco de gastar o seu tempo sem retorno.

Conhecer o seu público-alvo, saber o que ele busca e, a partir daí, produzir algo que tenha maior potencial de venda, minimizará os riscos de investir em algo e não obter o retorno esperado. Para isso, é necessário entender que primeiro o consumidor pensa em algo, depois pesquisa sobre aquilo, depois parte para a ação, ou seja, comprar. O pensamento pode não ser mensurável, mas a pesquisa é.

Quanto mais você sabe sobre o que e como o seu consumidor pesquisa, mais você sabe sobre o que ele está pensando. Há algumas ferramentas gratuitas e muito eficientes nessa leitura. Uma delas é o Google Trends, que mostra a sazonalidade das buscas de uma determinada palavra-chave. Outra ferramenta que pode apoiar e embasar a pesquisa que vai anteceder a criação do seu infoproduto é a Keyword Tool, voltada a ajudar o infoempreendedor a escolher as palavras-chave certas para alcançar seus clientes.

Depois de escolhido o público e definido o tema, está na hora de construir o produto efetivamente. **Criar o melhor conteúdo possível, pesquisando as melhores referências disponíveis, escolhendo cuidadosamente a linguagem usada.** Cuidar da revisão de todo o produto, bem como de sua apresentação é essencial para a sua valorização.



CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO PARA INFOPRODUTOS



Depois de transformar a ideia em um produto é preciso vender. Você precisa basicamente criar um site de vendas com as principais informações sobre o seu produto, mostrando todos os seus diferenciais e como ele atende as necessidades das pessoas ou resolvem seus problemas.

Alguns canais que você pode adotar:

- Site;
- Blog;
- E-mail marketing;
- Redes Sociais (Facebook, Twitter, Google Plus, etc.).

Contar com plataformas próprias para infoprodução e marketing de afiliados, através de empresas que oferecem diversos recursos e suporte para o lançamento de produtos digitais, pode aumentar o alcance do seu produto. A conciliação do produto e do conteúdo exibido no site ou blog, além de acompanhar também a inserção de palavras-chave, vai atrair um número maior de público.

COMO ATRAIR CONSUMIDORES



Depoimentos de clientes

Escolher um grupo seletivo de pessoas interessadas no produto e oferecer uma experiência teste, garantindo que ao final, a avaliação deles sejam usadas para mostrar aos futuros clientes como quem já conheceu e testou o produto o aprova. Pode parecer que foi perda de clientes, mas as pessoas costumam consumir produtos que outras pessoas já tenham testado, se é um produto novo, ou se o produto não teve venda significativa, oferecer essas amostras grátis vai ampliar o seu cadastro potencial de clientes. Práticas como esta de gatilho da prova social, tem se provado uma abordagem estratégica;

Invista na visualização da página de vendas do produto

Invista na visualização através de blogs, comunidades específicas do tema e redes sociais, de modo a atrair mais visitantes para sua página. É possível ainda formar parcerias com blogs e sites para vender seus produtos, ou mesmo testarem ele, apresentando-os aos seus seguidores e oferecendo descontos exclusivos para a compra que for efetuada através deste contato;

Aprenda a fazer copy

Ou contrate um profissional qualificado para escrever para você. O copywriting é responsável pelo sucesso de muitos produtos famosos, e é algo que você simplesmente não pode deixar de aplicar em sua comunicação de vendas;

Faça uma oferta irresistível

Outra tática marketing que gera resultados consideráveis é oferecer algo além, seja redução do valor do produto para uma compra feita em determinado período, ou mesmo acesso a algum conhecimento complementar. Em suma, é efetivamente agregar o máximo de valor em seu produto, desde as etapas iniciais até a comunicação na página de vendas;

Garanta um bom lançamento

O primeiro passo é definir o melhor momento de lançamento do seu produto. Em geral, feriados de grande importância, como páscoa, natal e ano novo, não são bons períodos para lançar produtos de cunho educativo ou profissional, por exemplo — visto que boa parte das pessoas está focada nas celebrações. Por outro lado, roupas, comidas e jogos eletrônicos por exemplo são produtos que vendem bem durante essas épocas do ano. Outro fator a ser considerado ao criar uma campanha de lançamento é a idade do público a ser atingido, sendo esse um dos fatores de maior impacto. Fazer anúncios online para que sua mensagem chegue no maior número de pessoas, contando com blogs e redes sociais, como já vimos, é também fator de grande importância.



MANTENHA O EQUILÍBRIO FINANCEIRO PARA NOVOS INVESTIMENTOS



Ter um fluxo de caixa organizado e atualizado é uma das melhores ferramentas de gestão para tomada de decisão. Através dele é possível determinar o momento de fazer um novo investimento, criar um novo produto ou mesmo elaborar diversos documentos gerenciais, como: análise de sensibilidade, cálculo de rentabilidade, lucratividade e prazos de retorno sobre investimentos.

Selecione um período para avaliar

Qual a forma de mensuração? Mensal, trimestral ou anual? Determinando o intervalo, anterior e posterior, será possível analisar a saúde da sua empresa e suas projeções para novos investimentos;

Acompanhe o saldo das suas contas

Cheque todas as contas corporativas e mantenha registrado o saldo delas;

Registre todas as contas – Tanto a pagar quanto a receber

Mapeie todas as contas, fixas e variáveis, além dos prazos para cada uma;

Atualize as entradas e saídas recentes

Manter a planilha atualizada com todas as novas movimentações após o registro inicial, atualizando a cada nova atividade;

Analise periodicamente

Por fim, faça análises periódicas desse fluxo de caixa. Você está ganhando mais em algum ponto, perdendo dinheiro em outro, se há momentos do mês em que você fica no negativo. Acompanhe, avalie e otimize sempre.



CONCLUSÃO



Criar infoprodutos pode ser bastante trabalhoso, uma vez que envolve pesquisa intensa, planejamento, além da confecção do produto digital em si. Mas, apesar de trabalhoso, normalmente esta não é uma tarefa complexa. Os infoprodutos ainda permitem que seu conteúdo digital seja apresentado em diversos formatos, criando vários tipos de produtos digitais, a partir de uma única pesquisa.

É importante que você fique sempre de olho em como seus infoprodutos são recebidos pelo mercado. Analisar como o público responde e interage com eles, as demandas crescentes e até mesmo possíveis reformulações de conteúdo devido a novidades do mercado são necessárias. Adaptar-se às tendências, acompanhando as demandas do público, manterão a empresa de produtos digitais a frente dos seus concorrentes.

Os infoprodutos provam ser possível gerar dinheiro por meio do seu conhecimento na internet. Transformar conhecimento em informação e informação em dinheiro é uma realidade palpável se executada com atenção as necessidades do mercado.



Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia