



## POSICIONAMENTO E ESCOLHA DO NICHU DE ATUAÇÃO

- Muita gente acha que fazer conteúdo de EDUFIN é difícil. Porém o grande fato é que muitas dessas pessoas erram em seu **posicionamento**.
- Encontrar um nicho não é ter apenas um conteúdo.

### O SEGREDO DO MARKETING SEM CUSTO ESTÁ POR TRÁS DE UMA IDEIA.

- As pessoas do *marketing* falam que temos que **pensar grande**. As perguntas são sempre as mesmas: "quantas pessoas?" "qual escala?" "quantidade de seguidores?" "qual o tamanho do negócio?"
- Mas o objetivo da aula desta semana é fazer com que você pense diferente: Será que, **por nossos serviços não serem triviais ao nosso público**, não devemos alterar a nossa estratégia de vendas? Talvez o grande segredo nessas situações seja apenas:

**OLHAR MICRO.**

# Clube dos Consultores

- *Seth Godin* (autor e especialista em marketing) escreveu 7 mil cartas seguidas. Por todo tempo de escrita e pesquisa, ele chegou a um conceito que vai na contramão do "pensamento *big*", uma estratégia de captação de clientes que diverge do pensamento de alcançar "todo mundo" e foca em um perfil específico, ou seja, uma:



## AUDIÊNCIA MÍNIMA VIÁVEL.

---

**Se você encontrar sua AMV, algumas coisas incríveis acontecerão na sua jornada como consultor(a) financeiro(a):**

- ✓ Você vai abandonar a ideia de "**todo mundo**". Isso é importante porque vendemos algo que é muito especial, transformador e que atende a todos. Até um milionário pode se beneficiar muito da educação financeira ou de um serviço seu na área.
- ✓ Algumas vezes temos promessas muito amplas e que não refletem um posicionamento. **Podemos pensar que, se restringirmos nosso público a um nicho, vamos fechar portas.** Mas é muito importante que essa ideia de atender "todo mundo" saia da nossa cabeça.

# Clube dos Consultores

- ✓ Com a disputa por atenção que enfrentamos hoje, para que você consiga o foco de algum cliente (sobretudo se você não tem muito dinheiro pra investir em mídia - tráfego pago, *influencers*, etc), você precisa falar **diretamente** para ele. Dessa maneira, é impossível que ele não preste atenção no que você tem a falar. Logo virá a percepção: "este educador está falando COMIGO".
  
- ✓ Se você conhecer sua AMV, duas coisas acontecerão:
  1. Vai esquecer o pensamento *big* de "todo mundo"
  2. Vai entender que ninguém se importa com seus super serviços. Ou seja: em primeira instância, as pessoas não estão nem um pouco preocupadas com seus mega suportes, certificações, planejamentos. Isso não quer dizer que ter bons serviços não importam, quer dizer que, a princípio, elas querem saber dos **próprios problemas**. E, principalmente, se **VOCÊ** pode resolver esse problema que elas têm.

**Se você acreditasse nessa ideia, o que faria de diferente no seu negócio e na estratégia de captação do seu cliente?**

# Clube dos Consultores

- Reflita sobre qual seria a sua AMV. Uma vez que a encontrar, concentre-se nela e torne-se um *expert* em resolver os problemas dessa sua audiência.
- Dá pra ser generalista? Dá! Mas essa é uma estratégia que torna a conexão com o público muito mais difícil.

## DICAS ADICIONAIS (O QUE PODE ME AJUDAR A ENCONTRAR ESSA AMV IDEAL?)

- ✓ Quais seus ativos? Vendas; persuasão; comunicação; experiência... Quais comunidades você tem acesso? Pessoas que tenham um interesse em comum ou opção religiosa específica podem ser clientes em potencial. **Olhe para você e considere seus ativos!**
- ✓ **Buscar intencionalmente.** A questão não é apenas possuir uma AMV, é se tornar um *expert* nela e em suas dificuldades. Mas não se engane: esse processo leva tempo e requer muita escuta ativa, muitas perguntas feitas por você de forma intencional, muitos estudos e pesquisas - para que quando perceba um problema da audiência, possa construir uma resposta sólida (mesmo que essa resposta seja entregue após o encontro). **Este posicionamento é o que vai oxigenar o marketing "boca a boca"**, mas não acontece da noite para o dia, leva tempo.

## TESE

**Olhar micro + olhar apaixonado no problema da sua audiência = SUPER PODER**

- **O SUPER PODER: você vai conhecer os problemas antes do seu cliente contar.**
- Isso é extremamente poderoso, mas há um custo para chegar aqui. Toda vez que você nicha, dói. Porque você tem uma sensação desconfortável quando precisa falar "não" para outros clientes que não fazem parte do seu nicho.
- Quando você diz: "eu atendo os executivos de tecnologia que trabalham na accenture"... está especificando o seu trabalho. E aí há um bônus: você passa a conhecer muito bem aquele nicho, muitas vezes até melhor do que os próprios funcionários.
- Portanto, **você passa a ser especialista nas maiores dores daquele nicho.**
- Quando você realmente se dedica e tem um foco apaixonado em entender a fundo os problemas em comum deste perfil, fica muito mais fácil escrever, produzir conteúdo, e fazer uma régua de contato irresistível para este cliente.

# Clube dos Consultores

- Reflita sobre qual seria a sua AMV. Uma vez que a encontrar, concentre-se nela e torne-se um *expert* em resolver os problemas dessa sua audiência.
- Dá pra ser generalista? Dá! Mas essa é uma estratégia que torna a conexão com o público muito mais difícil.

## DICAS ADICIONAIS (O QUE PODE ME AJUDAR A ENCONTRAR ESSA AMV IDEAL?)

- ✓ Quais seus ativos? Vendas; persuasão; comunicação; experiência... Quais comunidades você tem acesso? Pessoas que tenham um interesse em comum ou opção religiosa específica podem ser clientes em potencial. **Olhe para você e considere seus ativos!**
- ✓ **Buscar intencionalmente.** A questão não é apenas possuir uma AMV, é se tornar um *expert* nela e em suas dificuldades. Mas não se engane: esse processo leva tempo e requer muita escuta ativa, muitas perguntas feitas por você de forma intencional, muitos estudos e pesquisas - para que quando perceba um problema da audiência, possa construir uma resposta sólida (mesmo que essa resposta seja entregue após o encontro). **Este posicionamento é o que vai oxigenar o marketing "boca a boca"**, mas não acontece da noite para o dia, leva tempo.

# Clube dos Consultores

- ✓ Vou nichar para o conteúdo ou para a AMV? Quando pensamos em nichar, pensamos em falar sobre um conteúdo apenas. Contudo, por mais que você escolha seu grande tema, na maioria esmagadora das vezes, esse seu movimento de nicho será mais antifrágil se você focar na audiência mínima viável, e não no conteúdo. **Em muitos momentos, a sua AMV vai ser mais interessante pro seu *business*.**

*A sua lucratividade é o grande amplificador do seu propósito.*

**Arthur Lemos**

---

Se você curtiu o conteúdo desta semana, não pode perder o da próxima! Arthur vai trazer uma aula **mega especial** para você, que participa do Clube dos Consultores.