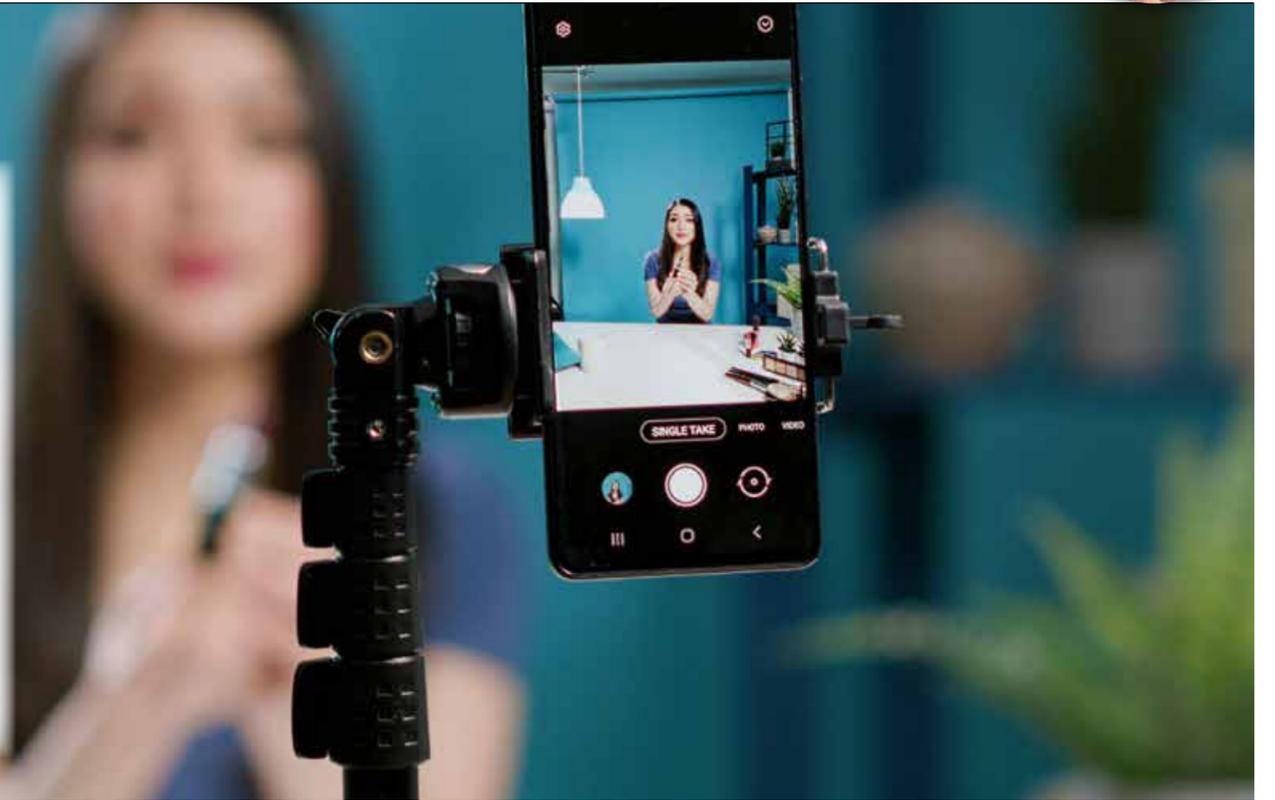




Dragos Condrea_Canva

CREATOR ECONOMY

COMO CONQUISTAR O SUCESSO NO DISPUTADO MUNDO DOS CRIADORES DE CONTEÚDO?



A economia dos criadores de conteúdo, ou creator economy, é um mercado em rápido crescimento, com potencial bilionário e que pode beneficiar profissionais de qualquer lugar do mundo.

De acordo com a Goldman Sachs Research, esse mercado já movimentou US\$ 250 bilhões (R\$ 1,25 trilhão), com expectativa para US\$ 480 bilhões (R\$ 2,4 trilhões) até 2027, sendo que aproximadamente US\$ 20 milhões desse valor foi movimentado no Brasil, segundo o relatório de Macro-tendências da Creator Economy da Youpix, com base em dados da Factworks for Meta.

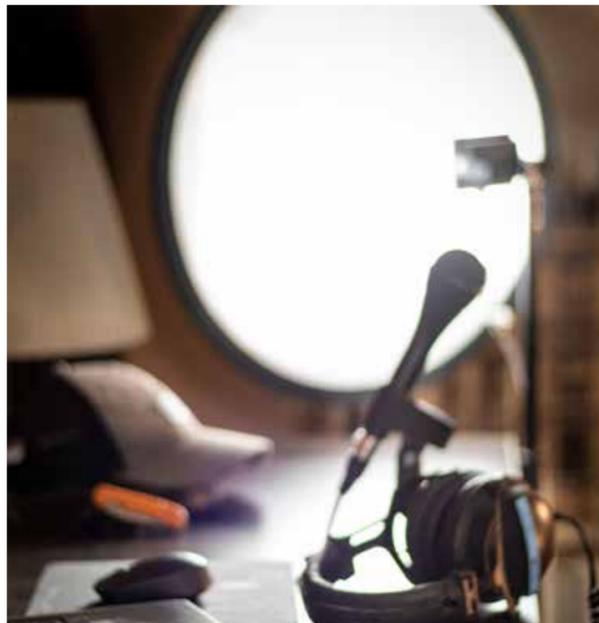
Frente a este cenário promissor, especialistas apontam que o marketing de influência está surgindo como o principal motor para o aumento de receita nos próximos anos. No entanto, há um importante alerta para esta situação. De acordo com Renato Moreira, CMO da Ticto, plataforma de vendas online, apenas criar conteúdo não é o suficiente para se destacar.

“Aqueles que, realmente, irão prosperar, são os que utilizam sua influência para desenvolver negócios sólidos, com soluções robustas de vendas e cobranças”, aponta. Além disso, o uso de funis de vendas bem estruturados tem se mostrado uma saída eficiente para converter leads em clientes, otimizando as taxas de conversão e maximizando o retorno sobre o investimento. Infoprodutores que adotam essas estratégias, por exemplo, reportam um aumento significativo na eficácia de suas campanhas.

Hoje, há soluções no mercado que apresentam análises avançadas de dados e segmentação precisa de público-alvo para que cada etapa da jornada do cliente seja personalizada, garantindo uma experiência otimizada. “Além de maximizar as taxas de conversão, fortalece também a fidelização, criando um ciclo contínuo de engajamento”, aponta Moreira.

Espaços exclusivos para membros – O especialista aponta que criar um espaço para membros que ofereça conteúdos exclusivos e promoções personalizadas, inspirando-se em modelos de sucesso como o da Netflix, é uma boa alternativa.

Esse modelo de assinatura ajuda a construir uma relação duradoura com os consumidores, aumentando a lealdade e o valor



Dimitar Kichukov_Canva

de vida do cliente (LTV), ao mesmo tempo que proporciona uma fonte de receita recorrente e previsível para a empresa.

Velocidade no carregamento – Pesquisas apontam que 90% dos consumidores online abandonam seus carrinhos se as páginas demoram muito para carregar. Os levantamentos também revelam que uma melhoria de apenas um segundo na velocidade de carregamento pode aumentar as conversões em 5,7%. Algumas plataformas carregam sua página de checkout em apenas 0,4 segundos.

Checkout que seja, ao mesmo tempo, rápido e seguro – A adoção dessas inovações vem acompanhada de desafios

técnicos significativos. Afinal, manter um sistema de checkout que seja ao mesmo tempo rápido, seguro e capaz de lidar com um grande volume de transações exige uma sofisticada infraestrutura tecnológica. A personalização em grande escala requer o processamento e a análise de grandes volumes de dados para entender e prever as preferências do consumidor.

Plataforma de cobrança – Uma solução de pagamento deve maximizar os ganhos e proporcionar uma experiência positiva aos seus consumidores, oferecendo uma alta taxa de aprovação de pagamentos, ausência de taxas de adesão ou mensalidades, funil de upsell condicional, suporte disponível todos os dias e uma experiência de membro inovadora.

Além disso, vale lembrar que com o aumento das compras e transações financeiras pela internet, garantir que os dados dos usuários estejam protegidos contra fraudes e acessos não autorizados tornou-se essencial, com tecnologias e práticas inovadoras sendo utilizadas para assegurar que essas transações sejam seguras e confiáveis.

Captar a atenção do público – Isso envolve coletar e analisar dados sobre comportamento de consumo, além de preferências e tendências emergentes. Ferramentas analíticas podem revelar informações valiosas, orientando o desenvolvimento de produtos ajustados às expectativas do consumidor.

Desenvolva negócios sólidos – Utilizar a influência é o que realmente faz a diferença. Isso pode incluir parcerias e colaborações com marcas e outros criadores para ampliar seu alcance. Desenvolver e vender produtos próprios, como mercadorias, cursos online ou serviços personalizados também é um movimento efetivo, que oferece resultados promissores.

Invista em Marketing de Influência – Trabalhe com marcas que se alinhem com seus valores e queiram atingir seu público. Criar conteúdo autêntico e relevante para essas parcerias é essencial para manter a confiança dos seguidores. A estratégia de marketing deve avançar mesmo após o lançamento, incluindo táticas como SEO, campanhas de e-mail marketing e eventos online.

Planejamento e análise – Existem Inteligências Artificiais que apresentam uma análise detalhada do comportamento do consumidor e monitoram cada interação do usuário, desde a navegação até a conclusão da compra, possibilitando o uso desses dados para otimizar seus funis de vendas.

Se um cliente abandona o carrinho de compras, por exemplo, os algoritmos podem identificar padrões que levaram a essa decisão, sugerindo ajustes na interface ou nas ofertas para evitar que isso se repita.

Mantenha-se atualizado – Para acompanhar as evoluções no conceito de Creator Economy, é preciso manter-se atualizado com as últimas tendências, mudanças de algoritmo e novas plataformas. Participar de conferências, webinars e cursos pode ajudar a aprimorar habilidades e conhecimento.

Afinal, a capacidade de adaptar rapidamente os infoprodutos com base em feedback e mudanças do mercado é crucial para manter a competitividade.

Promova eventos e webinars – Utilizar eventos online para revitalizar o interesse por produtos mais antigos e manter sua relevância no mercado é uma estratégia eficaz. Essas ações não só ajudam a aprimorar habilidades, mas também a criar novas oportunidades de engajamento com o público. - Fonte e mais informações: (<https://www.ticto.com.br/>).



romainjergphotos_Canva