

E-book

Como montar e precificar meu plano de assinaturas



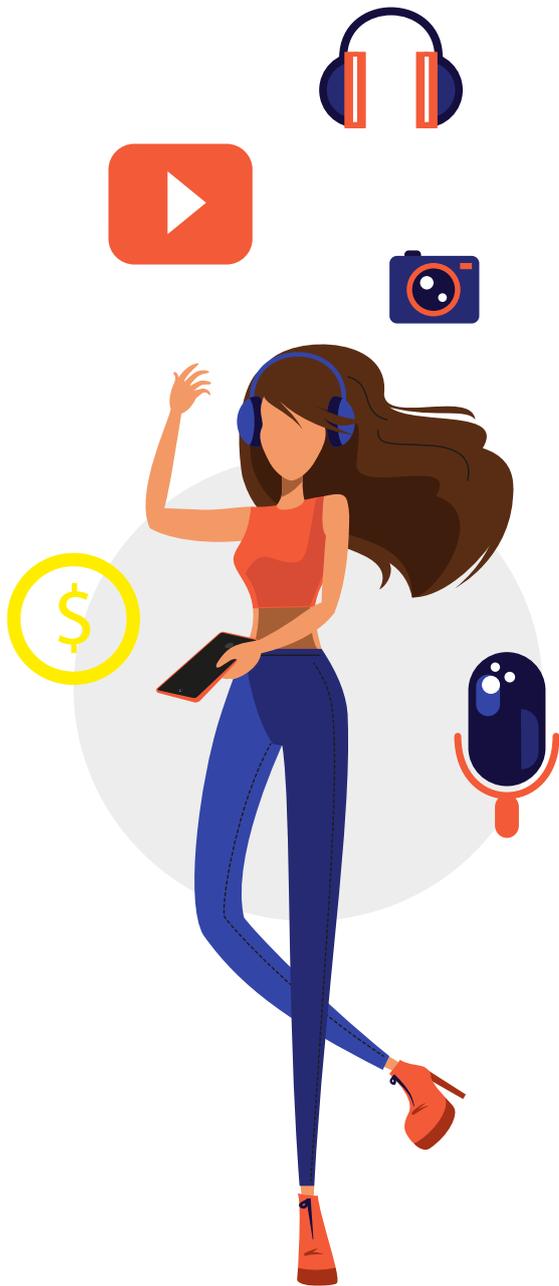
SEBRAE



Os clubes de assinaturas já movimentaram mais de 1 bilhão de reais no Brasil. Este novo modelo de negócio foca nos negócios digitais e possui uma estrutura simplificada, mas que exige atenção do empreendedor para oferecer a seleção de produtos certos para encantar o cliente.

Boa parte de quem já trabalha com e-commerce está optando por transformar seus modelos de negócios para oferecer a melhor curadoria em cima dos produtos e serviços que oferecem mensalmente aos clientes.

A montagem de um clube de assinaturas oferece aos clientes exclusividade, comodidade e economia. E o perfil do consumidor brasileiro mostra grande interesse por esta modalidade de negócio digital.



No Brasil, 50,6% das pessoas assina ou paga mensalmente de 6 a 10 serviços de assinaturas.

Mais da metade gasta mais de R\$100,00 com assinaturas e mensalidades.

74% dos consumidores brasileiros fazem assinaturas de aplicativos, streamings de músicas e filmes, jogos e sites.

22% assinam ainda clubes de assinaturas de roupas, livros, cosméticos e bebidas.

Curiosidade:

A Netflix é ainda a líder absoluta em assinaturas em todo o Brasil, com 90,7% na preferência da população concentrada nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Espírito Santo. O segundo lugar é do Spotify.



Vantagens dos clubes de assinaturas

Os clubes de assinaturas funcionam com a cobrança de um valor X mensal para que clientes/usuários usufruam do serviço durante aquele período. Isso significa que um plano de assinaturas garante receita fixa todo mês. Mas há ainda outras vantagens importantes para poder tirar seu modelo de negócios do papel.

Fidelização

A fidelização é um dos maiores atrativos deste modelo de negócios, uma vez que o cliente que já realizou a assinatura poderá seguir com o pagamento recorrente.

Dica

Agora que você já adquiriu um novo cliente, mantenha o relacionamento oferecendo promoções e descontos através de newsletters ou notificações dentro da sua plataforma de vendas. Além disso, esteja sempre atento a oferecer os melhores produtos.

Inadimplência

O pagamento automático e recorrente reduz as chances de problemas com inadimplência.

Dica

O seu plano de assinaturas também pode ter diferentes modelos de cobrança, sejam elas bimestrais, semestrais ou anuais.

Controle de estoque

Uma vez que o empreendedor sabe exatamente a quantidade de vendas que fará naquele mês, seus problemas com a gestão de estoque são reduzidos.

Previsão de receita

Com a previsão de receita dos planos de assinatura, você

pode fazer um planejamento financeiro mais seguro, sabendo exatamente que seus produtos e serviços estão sendo vendidos.

Baixo investimento

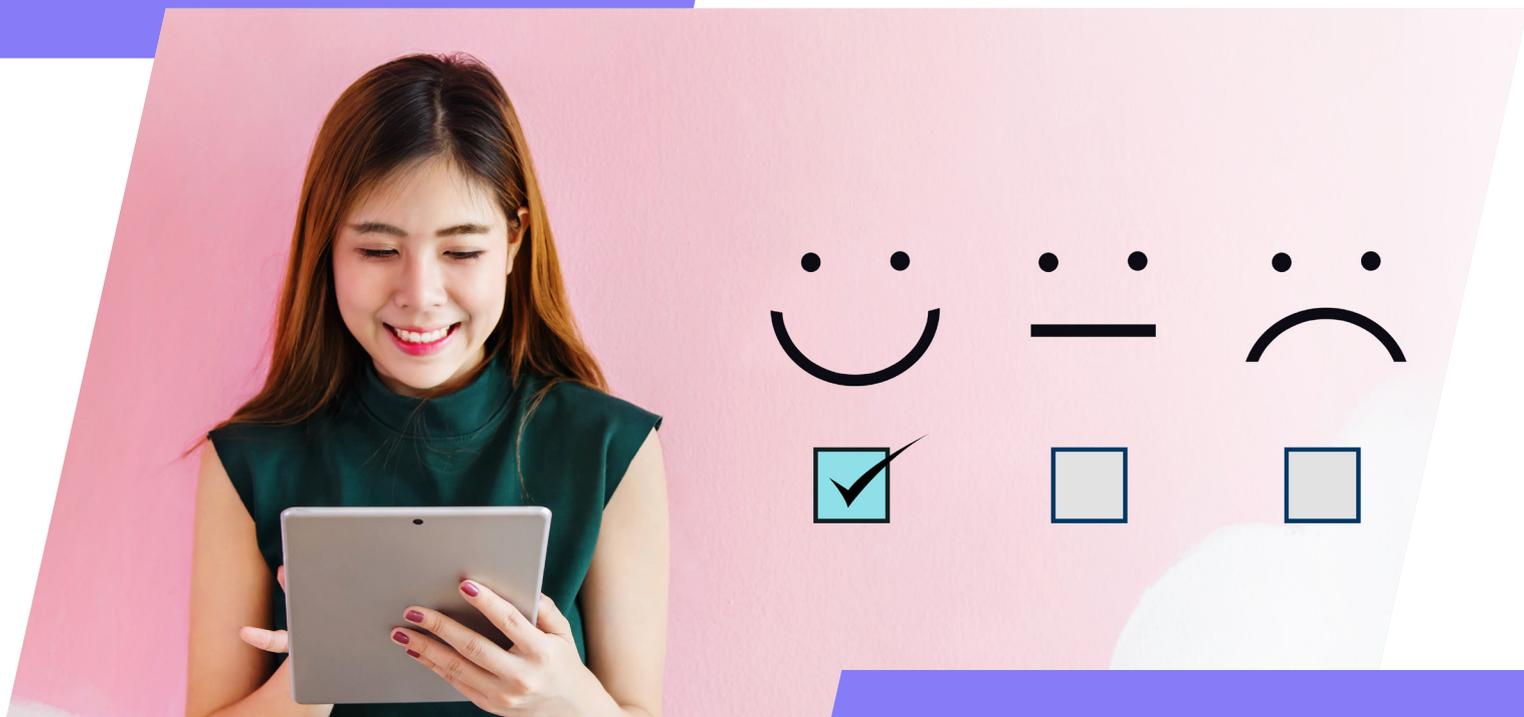
Como todo bom negócio digital, o investimento inicial para a montagem de um plano de assinaturas não exige estrutura física.

Redução dos custos com novos clientes

A partir das plataformas digitais, os clientes encontram os clubes de assinaturas e aparecem imediatamente no sistema.

Dica

O seu marketing será extremamente importante para que os clientes certos encontrem o seu negócio. Esteja onde os seus clientes estão. Faça contato com microinfluenciadores que dialoguem com seu público e divulgue seu negócio com o uso de publicidade on-line.



Benefícios para os clientes

O sucesso deste modelo de negócio digital está intimamente ligado à experiência de compra do cliente. Por isso, é importante ficar atento ao montar seu plano de assinaturas, porque as expectativas são grandes!

Vamos conhecer os principais motivos pelos quais os clientes aderem a planos de assinaturas:

39,8%

pela experiência diferenciada no acesso ao produto ou serviço.

29,1%

gostam da possibilidade de pagar somente pelo uso do produto ou serviço.

21,7%

escolhem assinaturas pelo menor custo que elas oferecem em relação a compras pontuais de produtos ou serviços.

9,4%

preferem a facilidade no cancelamento da assinatura, sem cobranças sobressalentes.

82%

dos consumidores elegem o cartão de crédito como forma de pagamento preferencial nos planos de assinaturas.

Pilares dos planos de assinaturas

Simplicidade na adesão e no cancelamento do serviço.



Precificação estabelecida pelo consumo.



Serviço transparente com clareza das regras de uso.



Serviços e produtos na modalidade *As a Service*, ou seja, as pessoas adquirem o acesso, mas não a propriedade.



Conveniência, comodidade e utilidade.



Tipos de serviços com pagamento mensal

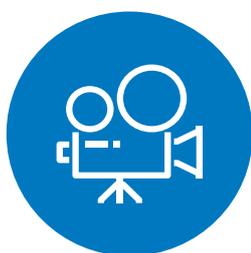
Muitas pessoas ainda se surpreendem ao descobrir que alguns serviços que consomem são planos de assinaturas.

Atualmente, há muitos tipos de modelos de negócios na forma de planos de assinaturas; vamos conhecer quais serviços pagos mensalmente são os mais utilizados.



Consumo em telecomunicações

99,6%



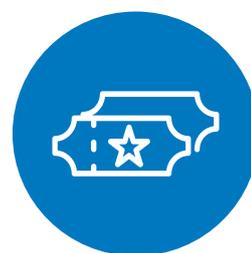
Filmes, séries e vídeos

95,6%



Música e podcasts

82,9%



Serviços de entretenimento

71,8%



Saúde

65,4%



Educação

61,8%



Seguros

60,8%



Academia

50,6%



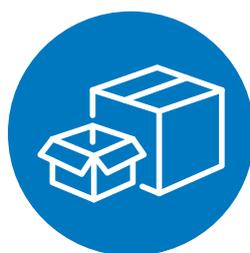
Serviços em nuvem

50,6%



Aplicativos de serviços

46,3%



Clubes de assinaturas

26,4%

Curiosidade

Os homens consomem 1,3 vezes mais do que as mulheres em serviços de entretenimento. O mesmo acontece com serviços em nuvem, com 1,2 vezes mais homens.



Cases de planos de assinaturas

Boxes e curadoria

No Brasil, são mais de 800 clubes de assinaturas com cestas de produtos recorrentes, tornando este o modelo mais conhecido pelo público. Neste modelo, são enviadas boxes para clientes com o perfil segmentado e adequado àquele consumo.

É possível oferecer desde produtos orgânicos, passando por mercado pet, cervejas e vinhos, livros, produtos artesanais e cursos on-line.

Dica

Aposte no mercado de nicho, traçando o perfil do seu consumidor e garantindo a curadoria dos produtos certos. Assim você garante a fidelização e ganha mais força diante da concorrência.

Quer montar um clube de assinaturas de livros? Que tal encontrar um nicho para apaixonados por livros de terror, culinária, histórias em quadrinhos ou até mesmo para famílias com filhos pequenos?

Cases



Alura: cursos

Leiturinha: livros infantis

Petlove: produtos para pets

Tag: livros

Glambox: cosméticos

Clube de vantagens

Descontos e vantagens, todo mundo gosta! Este modelo de plano de assinaturas permite parceria com estabelecimentos para oferecer atendimentos exclusivos a preços competitivos. A possibilidade de parceria com outras empresas traz benefícios para todos: há plataformas on-line especializadas em montagem de clubes de vantagens, para você personalizar o seu atendimento, atrair mais clientes e conseguir descontos em grandes lojas e marketplaces.

Cases



Magalu: Clube da Lu - promoções exclusivas

Liv Up: comida saudável - descontos em pacotes e cashback em compras.

Assine e economize

O modelo “assinar e economizar” tem seu foco em produtos de usos práticos e recorrentes, oferecendo descontos reais nas compras. Produtos como cápsulas de café, verduras e ovos estão em alta. Ao invés de o consumidor realizar a compra semanalmente, ele pode receber diretamente em casa toda semana o seu produto personalizado, conforme suas necessidades

Para este modelo, é possível desenvolver planos de assinaturas que atendam também a estabelecimentos, como cafés e restaurantes, o que eleva suas possibilidades com o mercado B2B.

Cases



Site do Ovo: ovos

Nespresso: cápsulas Nespresso

Clube do Queijo: queijos selecionados

Assinaturas de aplicativos

A maior parte dos aplicativos oferece sua versão gratuita, mas para que o usuário tenha acesso a outras ferramentas e funcionalidades, é cobrada uma mensalidade.

Cases



YouTube Premium: conteúdos exclusivos

Tinder Plus: mensagens ilimitadas

LinkedIn Premium: permite ver quem está acessando o perfil e envio de mensagens diretas a novos contatos, com os quais não há conexão.

Software as a Service (SaaS)

Hoje em dia, é muito raro que as pessoas façam downloads nas suas máquinas, comprem drivers físicos ou licenciamentos para expandirem as capacidades de seus computadores. Nesse sentido, surge a modalidade Software as a Service (SaaS), e a presença deles está cada vez maior.

O Google Drive é um exemplo de SaaS, em que a pessoa escolhe um plano de maior capacidade de armazenamento para os seus arquivos. Com este serviço, pago mensalmente, o cliente tem acesso aos seus documentos a partir de qualquer dispositivo on-line e não precisa comprar espaço físico para armazenar tudo no próprio computador. O preço mais acessível e a atualização constante do software também são outros atrativos para os clientes.

Cases



Dropbox: compartilhamento de arquivos.

Google Drive: armazenamento de arquivos.

PayPal: carteira digital para transações financeiras.

Adobe: editor de imagens.

Slack: gerenciamento de equipes.



Como precificar meu plano de assinaturas

Agora que você já conhece o potencial deste mercado e alguns cases úteis para se inspirar, é hora de pensar na precificação.

A precificação de um produto ajuda no seu posicionamento com a concorrência e maior atração de clientes. Com um bom planejamento nos preços dos seus produtos e serviços, ainda é possível aproveitar oportunidades sazonais, como as datas de maior venda do varejo, e oferecer bons descontos e promoções exclusivas para novos membros.

Superimportante esta etapa, não é mesmo?

Métricas para precificação

Custo Por Aquisição

O Custo por Aquisição (CPA) é o quanto você vai gastar para conseguir um novo cliente. Definir o CPA ajuda no cálculo do retorno do seu investimento na aquisição de clientes.

São necessárias duas observações para se calcular o CPA.

1. Qual o CPA desejável, que vai permitir que o negócio seja rentável.
2. Qual o CPA justo após os custos do tráfego on-line

Para iniciar esse cálculo, é preciso levar em consideração os custos com marketing, mídias sociais e publicidade, que são as ferramentas necessárias para aquisição de novos clientes na internet.

Logo, o cálculo pela aquisição de novos clientes é o valor do seu CPA dividido pelo número de clientes novos.

$$\text{CPA} = \text{custos mensais} / \text{clientes novos}$$

Exemplo: se o seu custo mensal com marketing, publicidade e redes sociais foi de R\$1000,00 e você conseguiu 50 novos clientes, o seu CPA é de R\$20,00.

Taxa de cancelamento de clientes

Também conhecido como Churn Rate, este cálculo te ajuda a saber quantos clientes já não fazem mais parte do seu clube de assinaturas, e assim você pode observar melhor como promover seus planos de assinaturas.

$$\text{Taxa de Cancelamento (\%)} = \frac{\text{número de cancelamentos no mês Y}}{\text{número de clientes ativos no mês Y}} \times 100$$

Exemplo: se em janeiro de 2021 você tinha 100 clientes e em janeiro de 2022, 50 clientes, sua taxa de cancelamento foi de 50%.

Ou seja, $50/100 \times 100 = 50\%$; em números absolutos, o Churn Rate é 0,5.

Customer Lifetime Value

O Customer Lifetime Value (CLV), ou Valor de Vida do Cliente, verifica por quanto tempo um cliente costuma permanecer com o plano de assinaturas ativo. Esta métrica baseia-se na taxa de cancelamento e no período da sua amostragem. Basta dividir o valor da amostragem pela taxa de cancelamento.

$$\text{CLV} = \frac{\text{período da amostragem}}{\text{taxa de cancelamento}}$$

Exemplo: imagine que o período da sua amostragem foi de 12 meses, de acordo com o exemplo anterior. Divide-se os 12 meses pela taxa de cancelamento observada, logo $12 / 50\% = 6$. O valor de vida do cliente será de 6 meses.

3 Dicas para aumentar o Valor de Vida do Cliente



Foque no cliente mais precioso

Esta é a parcela responsável por gerar boa parte do seu faturamento. Para poder oferecer melhor atendimento e promoções, trace o perfil deste cliente.



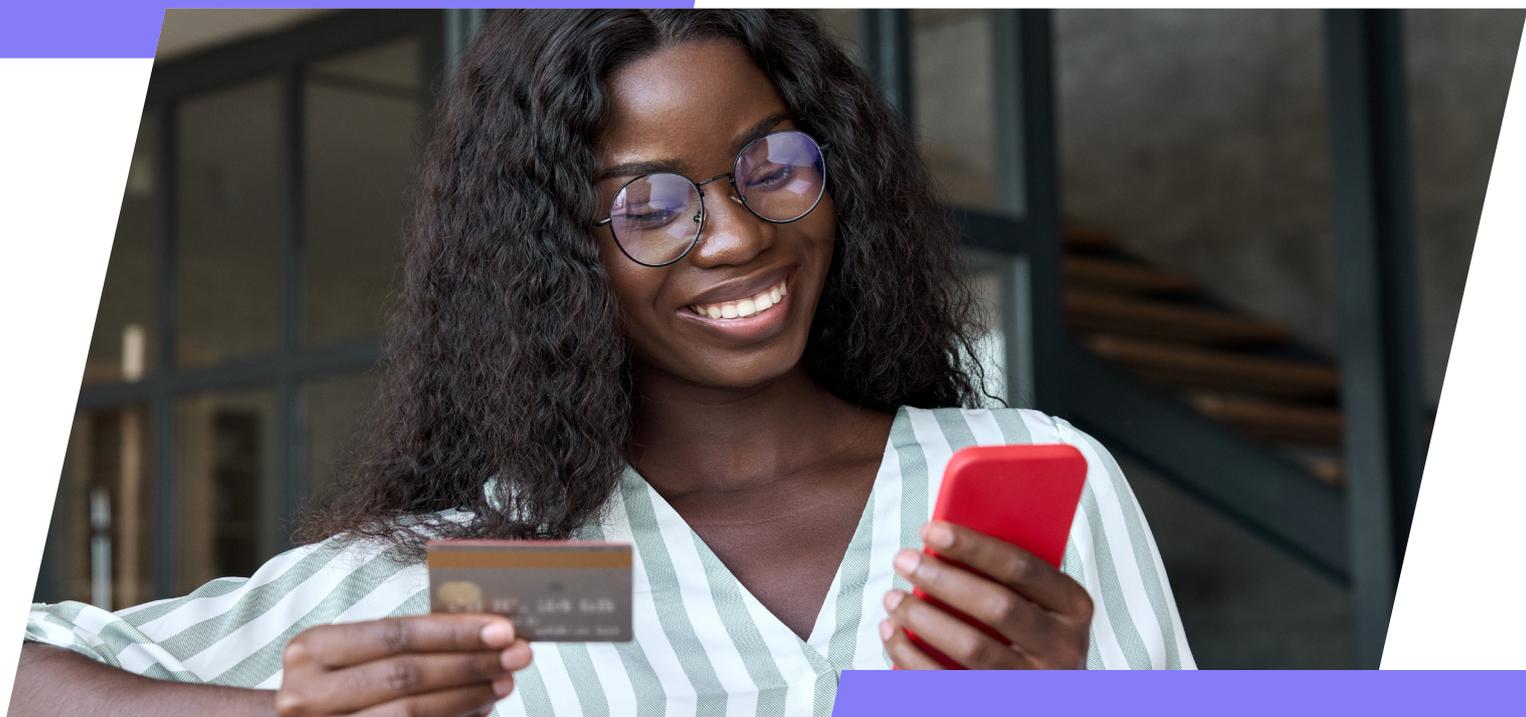
Invista na fidelização

Investir em novos clientes é sempre mais caro que manter os atuais. A fidelização reduz os custos de aquisição e ainda pode aumentar o valor de vida do cliente. Observe feedbacks em relação ao seu serviço e ponha boas ideias em prática.



Produza marketing de conteúdo

Crie vídeos, postagens, E-books, podcasts e quantos outros conteúdos puder imaginar para ficar mais próximo do seu cliente. A fidelização a partir do marketing de conteúdo é uma das maiores vantagens.



Meios de pagamento para planos de assinatura

Os meios de pagamento são extremamente importantes para manter a conveniência e a comodidade dos seus clientes e facilitar a adesão ao seu plano de assinaturas. Hoje em dia, existem várias soluções para viabilizar o pagamento e facilitar a gestão financeira das empresas. É muito importante observar as preferências do seu público.

Gateway

O gateway é um tipo de pagamento digital, que faz a ponte entre o vendedor, o cliente e a operadora do cartão de crédito. Lembramos que 82% dos consumidores elegem o cartão de crédito como forma de pagamento preferencial nos planos de assinaturas.

Intermediadores

Os intermediadores, ou subadquirentes, conectam também os envolvidos na transação e são responsáveis por processar e liquidar as transações por cartão. Para negócios digitais, os intermediadores oferecem vantagens, como diminuição de custos, redução de burocracia, prevenção contra fraudes e várias formas de pagamentos, como boletos e até mesmo Pix. As taxas de cobrança do intermediador podem variar de 3% a 7%.

Integração direta

Na integração direta, o empreendedor pode fazer uso de máquinas virtuais para o aceite de compras em cartão de crédito, assumindo inclusive a viabilidade da compra. Fica sob a responsabilidade do empreendedor verificar se o cliente possui saldo suficiente para executar a compra, além de todos os outros cuidados na gestão dos recebíveis. A vantagem desse tipo de pagamento é a ausência de custos com intermediadores ou gateways.

Para falar de meios de pagamentos, também precisamos falar em segurança. A segurança é um diferencial para atrair novas pessoas para o seu clube de assinaturas, e os métodos de pagamentos preferenciais refletem as preocupações dos consumidores.



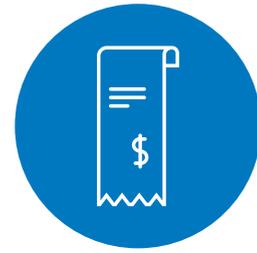
82%

preferem o cartão
de crédito



11%

preferem débito
automático



7%

preferem o boleto
bancário

Os clubes de assinaturas possuem inúmeras vantagens e estão cada vez ganhando mais adeptos. São diversas oportunidades para vender produtos e serviços com a personalização ideal para o seu cliente.

Trabalhe sua criatividade e procure focar em um nicho ideal, para poder construir um modelo de negócios sólido e perene e fazendo frente em áreas mais concorridas, como vinhos e livros. Verifique bem se o produto ou serviço que você quer oferecer pode ser comprado de forma recorrente e se é conveniente para os seus clientes recebê-los em casa.

Se precisar daquela forcinha, lembre-se que o Sebrae é o seu parceiro ideal para te ajudar no seu negócio.

Boas vendas!



Fontes

Redação Vindi, 2021. [**A Pesquisa Mais Esperada De 2021 Mercado de assinaturas no Brasil: a pesquisa mais esperada de 2021.**](#)

PATEL, Neil, sem data. [**Clubes de Assinatura: Como Funcionam e 18 Exemplos Para te Inspirar.**](#)

Betalabs, sem data. [**Como criar um clube de assinatura?**](#)

[**Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, sem data.**](#)

