**Plano de Ação- Divulgação e Venda do OnlineTests em Teresina-PI**

**Filosofia Central:** Em um mercado local e sem equipe de vendas, a **confiança** e a **prova de valor** são suas moedas mais fortes. O plano se baseia em construir relacionamentos e resolver problemas reais das escolas de Teresina, em vez de uma abordagem de venda agressiva.

**Fase 1: Preparação e Alicerce (As Próximas 2 Semanas)**

O objetivo desta fase é preparar suas ferramentas e sua mensagem antes de qualquer contato.

1. **Definir a Oferta "Irresistível" para Teresina:**
   * **Plano Piloto Gratuito:** Crie uma oferta "Piloto Teresina". Ofereça o plano mais completo do OnlineTests **totalmente gratuito por um semestre letivo (4-6 meses)** para as 3 primeiras escolas que aderirem.
   * **Argumento de Venda:** "Estamos selecionando 3 escolas inovadoras em Teresina para um projeto piloto. O objetivo é validar o impacto da nossa ferramenta na realidade local e, em troca do acesso gratuito, pedimos apenas seu feedback e a possibilidade de se tornarem um case de sucesso."
2. **Preparar o "Kit de Demonstração":**
   * **Conta Demo Localizada:** Crie uma conta de coordenador de uma escola fictícia "Colégio Poty Velho". Popule-a com disciplinas e séries comuns em Teresina. Crie questões que mencionem pontos locais (Ponte Estaiada, Encontro dos Rios, etc.) para criar uma conexão imediata durante a demonstração.
   * **Apresentação de 1 Página:** Crie um PDF simples e visual que resuma os 3 principais benefícios para cada perfil (Coordenador, Professor, Aluno). Destaque os diferenciais: **Relatórios em PDF, Painel de Auditoria e Criação de Avaliações Dinâmicas.**
3. **Mapear o Terreno (Inteligência de Mercado):**
   * **Listar Escolas-Alvo:** Crie uma planilha no Google Sheets. Liste de 20 a 30 escolas particulares de Teresina (do ensino fundamental ao médio). Use o Google Maps e pesquisas para encontrá-las.
   * **Identificar Contatos-Chave:** Para cada escola na lista, pesquise no LinkedIn ou no próprio site da escola os nomes dos **Coordenadores(as) Pedagógicos(as)** e **Diretores(as)**. Estes são seus alvos.

**Fase 2: Ação e Contato Inicial (Semanas 3 a 6)**

O objetivo é agendar as primeiras demonstrações online de 15 minutos.

1. **Ataque Cirúrgico via LinkedIn:**
   * Envie convites de conexão **personalizados** para os contatos-chave que você mapeou.
   * **NÃO VENDA NO CONVITE.** A mensagem deve ser sobre criar uma conexão profissional.
     + *Exemplo:* "Olá, [Nome do Coordenador]. Vi seu trabalho no [Nome da Escola] e, como desenvolvedor focado em soluções para a educação em Teresina, gostaria de me conectar."
   * **Mensagem Pós-Conexão (2 dias depois):**
     + *Exemplo:* "Obrigado por conectar, [Nome]! Uma das maiores dores que ouço de gestores é o tempo gasto com a logística de avaliações. No [Nome da Escola], vocês já utilizam alguma ferramenta para otimizar esse processo? Estou com uma agenda aberta para demonstrações de 15 minutos do OnlineTests, uma plataforma que desenvolvi para resolver exatamente isso. Teria interesse?"
2. **E-mail Direto e Profissional:**
   * Encontre o e-mail geral da escola e envie uma mensagem direcionada à "Coordenação Pedagógica".
   * **Assunto:** Otimização de Avaliações para o [Nome da Escola]
   * **Corpo:** Seja breve. Apresente-se, mencione 2 benefícios claros (ex: "reduza o tempo de correção de provas em até 80%" e "tenha relatórios de desempenho por aluno em segundos"). Finalize com a chamada para a demonstração de 15 minutos.
3. **O Poder da Demonstração:**
   * Na demo de 15 minutos, foque na dor do gestor. Use a conta "Colégio Poty Velho". Mostre o painel do coordenador, a geração de um relatório e o painel de auditoria.
   * Ao final, apresente a oferta do **Plano Piloto Gratuito**. A chance de recusa para um teste sem custos e sem compromisso é muito baixa.

**Fase 3: Construir Prova Social (Mês 2 e 3)**

O objetivo é transformar os primeiros usuários em seus maiores vendedores.

1. **Conquistar o Primeiro Case de Sucesso:**
   * Assim que a primeira escola aceitar o piloto, dê a ela **suporte total**. Crie um grupo no WhatsApp com o coordenador, ajude a cadastrar os primeiros professores, tire dúvidas rapidamente. Faça-os se sentirem clientes VIP.
   * Após 2 meses de uso, peça um depoimento em vídeo ou texto. Pergunte sobre resultados concretos: "Quantas horas de trabalho dos professores foram economizadas?", "Qual relatório foi mais útil para as reuniões pedagógicas?".
2. **Participar da Comunidade (Networking de Baixo Custo):**
   * **Sindicato das Escolas (SINEPE-PI):** Fique de olho no site do sindicato para eventos, workshops ou feiras. Sua presença física em um único evento pode valer por meses de e-mails.
   * **Grupos de Educadores:** Participe de grupos de WhatsApp e Facebook de professores de Teresina/Piauí. Não faça propaganda. Apenas ajude, responda dúvidas e, quando o assunto for avaliação ou tecnologia, mencione sutilmente seu projeto.

**Fase 4: Expansão e Escala (Contínuo)**

O objetivo é usar a prova social para acelerar o crescimento.

1. **Alavancar o Case de Sucesso:**
   * Coloque o depoimento e o logo da escola parceira em destaque no seu site.
   * Em todos os novos contatos (e-mail e LinkedIn), mencione o case: "O Colégio X, aqui de Teresina, já está usando o OnlineTests e conseguiu [mencionar resultado concreto]". Isso gera confiança imediata.
2. **Criar um Programa de Indicação:**
   * Ofereça aos seus clientes existentes (os do piloto e os futuros pagantes) um grande desconto ou 1 mês grátis para cada nova escola que eles indicarem e que feche um contrato. Seus clientes satisfeitos são sua melhor força de vendas.