

ML 1: Faturamento acima de 10 milhões ano, empresário, decisor, quer crescer mais rápido mas não conhece um modelo validado para isso.

ICP 1: Empresário de segmentos relacionados à economia real: Indústria, energia, imobiliário, finanças, construção, agronegócio e seguros, importação.

Dor: Toma decisões de alto risco e capital intensivo sem um modelo claro de marketing como alavanca estratégica. É tão imerso no próprio negócio que não consegue acompanhar as tendências gerais do mercado.

ICP 2: Empresário dono de redes de lojas dos seguintes segmentos: Farmácia, mercado, moda feminina, restaurante, hotel, telefonia, automotivo.

Dor: Cresceu pela operação, mas não domina um modelo de marketing previsível para escalar múltiplas unidades com eficiência.

ICP 3: Empresário dono de empresa consolidada no e-commerce: Distribuição própria(site, app, logística, gateway de pagamento).

Dor: Escalar seu negócio e manter sua posição em um mercado onde os top levels são players globais: Amazon, Ali Baba... Sem sacrificar.

ICP 4: Empresário de empresa no ramo de luxo: carros esportivos, grifes, obras de arte.

Dor: Vender valor e status, mas não consegue escalar percepção de marca sem banalizar exclusividade. Não deve fazer marketing para as massas.

ICP 5: Empresário dono de startup em segmentos como tecnologia, soluções administrativas, marca de cosméticos, marca nichada: videogames, apostas, suplementos.

Dor: Cresceu rápido por produto ou timing, mas não tem clareza sobre como sustentar e acelerar growth com marketing, não sabe o valuation e quando atingir o breaking even, têm dificuldade de mapear concorrentes e comunicar sua solução para a persona.

—

MQL 2: Profissional de marketing, dono de agência, com no mínimo 10 milhões por ano de faturamento.

ICP 1: Agência nichada para um segmento da saúde: Médicos, dentistas, clínicas, hospitais.

Dor: Fatura bem, mas sente que seus clientes demandam muito e pouco posicionamento dificulta a percepção de valor(precisa barganhar pela conta).

ICP 2: Agência orientada para contas de e-commerce: Loja de suplementos, cosméticos, farmácia, vestimentas.

Dor: Depende excessivamente de mídia paga e margens apertadas, sem um modelo claro de diferenciação da marca que acaba reduzindo seu valor percebido.

ICP 3: Agência nichada para personalidades: mentores, atores, influenciadores, infoprodutores, celebridades no geral.

Dor: Cresce junto com o cliente, mas fica refém da imagem alheia e da ameaça constante de perder a conta para um concorrente ou próprio cliente.

ICP 4 - Agência orientada para 1 cliente grande: Contas como oracle, samsung brasil, outback.

Dor: Fatura alto, mas precisa equilibrar ideias de crescimento com a dependência das diretrizes de posicionamento, aparato administrativo, cadeia de comando intrínsecos a uma marca global.

ICP 5: Agência orientada para uma etapa específica da jornada: tráfego pago, estratégia de posicionamento, audiovisual, social media.

Dor: É excelente tecnicamente, mas sente dificuldade em prospectar clientes, aumentar ticket, contratar especialistas.

MQL 3: C-level de empresas que faturam no mínimo 1 bi por ano, decisor, orientado a growth.

ICP 1: C´level de empresa multinacional(filial no Brasil): Coca cola, Mastercard, Amazon.

Dor: Precisa adaptar estratégias globais à realidade local sem perder eficiência nem alinhamento corporativo.

ICP 2: CMO ou head de marketing com a missão de crescer a empresa no Brasil/América Latina.

Dor: Tem metas agressivas de expansão regional e recursos limitados para atingir os objetivos exigidos.

ICP 3: Sócio não operacional(membro de conselho, diretoria, governança..) que precisa aprofundar sua visão estratégica.

Dor: Participa de decisões estratégicas sem profundidade suficiente para avaliar marketing com segurança.

ICP 4: CEO técnico: sabe programar/negociar/expandir mas não consegue atrelar esses resultados a sua marca/persona.

Dor: Construiu resultados sólidos, mas não consegue traduzir performance em força de marca e influência.

ICP 5: C´level em ascensão: Recentemente promovido ou na iminência de ser promovido e precisa apresentar resultados rapidamente.

Dor: Assumiu (ou assumirá) um cargo estratégico e precisa entregar resultados rápidos para se legitimar. Ainda não definiu a meta da sua gestão e o formato da sua liderança.

MQL 4: Herdeiro, investidor, autônomo, não necessariamente empresário, mas possui renda relevante.

ICP 1: Médico de alto rendimento(cirurgião plástico, cardiologista..) ou dono de clínica/hospital.

Dor: Construiu autoridade técnica, mas não tem diretriz ou metodologia para pensar o marketing do seu negócio. Costuma se queixar de agências.

ICP 2: Administrador de renda passiva: imóveis, investimentos, ações.

Dor: Tem patrimônio relevante, mas não possui narrativa ou estratégia para alavancar influência e oportunidades ou antecipar riscos. Sabe que o dinheiro parado poderia ser melhor aproveitado.

ICP 3: Herdeiro/membro da classe A(filho, irmão, neto) de família com bens e negócios.

Dor: Herdou capital e status, mas carece de posicionamento próprio e visão estratégica. Pode se tornar irrelevante ou perder o patrimônio caso perca a capacidade de gerar valor e oportunidades por conta própria.

ICP 4: Advogado buscando alternativas para divulgar sua persona: Precisa vender cursos, produzir conteúdo no youtube, promover um lifestyle.

Dor: Quer prospectar pelas publicidades mas é legalmente impedido, precisa encontrar estratégias indiretas para construir valor e posicionamento, mas não tem uma metodologia para isso.

ICP 5: Mentor ou influenciador do segmento educacional, marketing digital, de marca própria(venda todo santo dia, Comunidade Samia Marsili) ou terceira(G4, StartSe...).

Dor: Já vende todos os dias, mas sente dificuldade para ter resultados de ROI ao invés de ROAS.