

# Guia de Marketing e Posicionamento: O Playbook para Lançar o ERP da ODuo

**Para:** Time de Marketing

**De:** Murilo, CEO

**Data:** 11 de Janeiro de 2026

**Assunto:** A estratégia para fazer do nosso ERP o software para locadoras mais desejado do Brasil.

---

## 1. A Grande Ideia: Copiar o que Funciona

Nossa pesquisa de mercado nos EUA revelou um playbook de sucesso que vamos replicar. Duas empresas, **Quipli** e **Big Rentals**, estão revolucionando o mercado de software para locadoras com um posicionamento e uma comunicação que vamos adotar.

**Nossa missão é simples: nos tornarmos a "Quipli do Brasil".**

Isso significa que vamos abandonar a comunicação de "sistema de gestão" e adotar uma narrativa de **plataforma de crescimento, moderna e fácil de usar**.

Este documento é o nosso guia para executar essa estratégia.

---

## 2. A Nova Marca: Nome e Posicionamento

Nosso ERP precisa de uma identidade própria, separada da assessoria de marketing.

**Nome do Produto (Sugestão):** ODuo Rental HQ

**Posicionamento Principal:**

O Shopify para Locadoras de Equipamentos.

**Taglines de Apoio:**

- "O sistema de gestão para locadoras feito para 2026, não para 1980."
- "A plataforma de crescimento para a sua locadora."
- "Pare de perder tempo com planilhas. Gerencie sua locadora na palma da mão."

Nossa comunicação deve ser sempre sobre **facilidade, modernidade, crescimento e empoderamento** do dono da locadora.

---

### 3. O Inimigo: Contra Quem Estamos Lutando

Todo bom marketing precisa de um inimigo. O nosso não é a Sisloc ou a Eloca. O nosso inimigo é:

A complexidade, os sistemas legados e as planilhas.

Nossas mensagens devem sempre contrastar o "jeito antigo" (complicado, caro, feio) com o "jeito novo" (simples, acessível, moderno).

#### Frases de Efeito:

- "Seu sistema de gestão parece uma tela do Windows 95?"
- "Cansado de pagar por módulos que você não usa?"
- "Sua equipe leva mais de 1 hora para aprender a usar o sistema?"

### 4. Estratégia de Preços e Comunicação

Vamos adotar o modelo da Quipli, que é agressivo e transparente.

#### O Modelo:

- **Preço Fixo por Localização:** Um valor único por CNPJ/filial.
- **Tudo Incluso:** Usuários ilimitados, inventário ilimitado, todas as funcionalidades.
- **Sem Taxas Escondidas:** Zero taxa de implementação, zero taxa de treinamento.

#### Como Comunicar:

"Um preço, tudo incluso. Simples assim."

Devemos criar uma página de preços em nosso site que seja extremamente clara, contrastando nosso modelo com a complexidade dos concorrentes.

### 5. Estratégia de Conteúdo: Educar para Vender

Nosso objetivo é nos tornarmos a maior autoridade em gestão de locadoras no Brasil. Para isso, vamos seguir o playbook da Quipli e criar conteúdo que educa nosso público.

#### Iniciativas:

1. **O Blog da Locadora Inteligente:** Posts semanais com dicas de gestão, finanças, marketing e operação para donos de locadoras.
2. **Podcast/Videocast "Rental Talks Brasil":** Um programa semanal ou quinzenal onde entrevistamos donos de locadoras de sucesso, especialistas do setor e membros da

nossa equipe. Isso gera autoridade e relacionamento.

3. **Guias e Ferramentas:** Criar e-books, planilhas e checklists gratuitos para ajudar os donos de locadoras a profissionalizar seus negócios (ex: "O Guia Definitivo para Calcular a Rentabilidade da sua Frota").

**O foco do conteúdo não é vender o software. É resolver os problemas do dono da locadora.** A venda é uma consequência.

---

## 6. O Diferencial Matador: Inteligência Artificial

Nossa arma secreta de marketing será o nosso assistente de IA. Ele precisa de um nome e de uma personalidade.

**Nome (Sugestão):** "O Doutor da Locação"

**Comunicação:**

"Conheça o Doutor da Locação, o primeiro assistente de inteligência artificial que ajuda você a tomar as melhores decisões para a sua locadora. Pergunte em linguagem natural e obtenha respostas instantâneas sobre seu faturamento, seus clientes e seus equipamentos."

Devemos criar vídeos e demos mostrando o Doutor da Locação em ação. Isso vai gerar um buzz que nenhum concorrente no Brasil consegue replicar hoje.

---

## 7. Plano de Ação Imediato (Q1 2026)

1. **Definir a Marca:** Bater o martelo no nome e na identidade visual do ERP.
2. **Criar a Landing Page:** Desenvolver uma nova página em nosso site exclusivamente para o ERP, com a nova comunicação, o vídeo de demonstração e um formulário para agendar uma apresentação.
3. **Planejar o Conteúdo:** Estruturar o calendário editorial para o blog e o primeiro episódio do podcast para o Q1.
4. **Campanha para a Base:** Preparar uma campanha de e-mail marketing para apresentar o novo ERP para nossa base de 80 clientes de assessoria, oferecendo uma condição especial para os primeiros 10 que adotarem a plataforma.

O futuro da ODuo depende da nossa capacidade de executar este plano com excelência. Vamos transformar o mercado de locação no Brasil.