

FORMULÁRIO DE INVESTIGAÇÃO ESTRATÉGICA - MÉTODO BRIO

Bem-vindo(a) ao Formulário de Investigação Estratégica do Método BRIO. Suas respostas aqui são fundamentais para o desenvolvimento completo do seu posicionamento estratégico em três níveis integrados:

Nível 1: Essência, Execução e Expressão (E3) - Fundamento Estratégico

Nível 2: Manual de Posicionamento e Marca Pessoal/Institucional - Desdobramento Estratégico

Nível 3: Aplicações Táticas por Canal - Operacionalização

O método BRIO baseia-se no princípio de que "super intenção supera super produção" - a intencionalidade estratégica do seu posicionamento é mais importante que o nível de produção ou investimento. Conteúdos simples, mas profundamente alinhados com sua Essência e direcionados às dores específicas do seu público-alvo, superam produções elaboradas mas superficiais.

Este formulário está estruturado segundo as três dimensões fundamentais do Framework E³:

- ◆ Essência: Quem você realmente é (propósito, valores, singularidade)
- ◆ Execução: O que você genuinamente entrega (experiência, metodologia, resultados)
- ◆ Expressão: Como você autenticamente comunica (identidade, conteúdo, linguagem)

Recomendamos dedicar 45-60 minutos para responder com profundidade às perguntas, idealmente em um momento de tranquilidade e reflexão. Quanto mais autênticas e detalhadas suas respostas, mais poderoso será seu posicionamento estratégico.

* Indica uma pergunta obrigatória

* Indica uma pergunta obrigatória

SEÇÃO 1: ESSÊNCIA - Quem Você Realmente É

1. Qual é o seu nome? *

2. 1. Qual é seu propósito como profissional? *

Refleta sobre o impacto que você deseja ter em seus clientes/público e em sua área de atuação. Qual diferença única você quer fazer no mundo além do aspecto financeiro?

Exemplo de resposta: "Meu propósito profissional mais profundo é democratizar o acesso à educação financeira de qualidade. Acredito que a liberdade financeira é um direito de todos [...]"

3. 2. Quais são seus 3-5 valores fundamentais e inegociáveis? *

Quais princípios guiam suas decisões e abordagens mesmo quando difíceis ou custosos?

Exemplo de resposta: "1) Integridade: Recomendo apenas o que eu mesmo faria ou indicaria para minha família, mesmo quando isso significa abrir mão de receita. 2) Transparência: Comunico claramente todos os riscos e possíveis conflitos de interesse, desmistificando a linguagem técnica [...]"

4. **3. O que te motivou a seguir sua profissão e especialidade atual? Você teve um momento de virada ou insight transformador na sua trajetória profissional?** *

Conte um pouco sobre sua jornada profissional e as escolhas que te trouxeram até aqui.

Exemplo de resposta:

"Desde a adolescência tenho o hábito de [...] Em 2018, conheci uma pessoa que mudou a minha perspectiva sobre [...]"

5. **4. O que na sua história pessoal moldou sua visão única sobre sua área de atuação?** *

Experiências formativas, desafios superados ou influências significativas que moldaram quem você é hoje profissionalmente.

Exemplo de resposta: *"Cresci em uma família de classe média que enfrentou sérias dificuldades financeiras quando eu tinha 12 anos [...]"*

6. **5. Você tem alguma história ou relato pessoal de superação que poderia conectar você com o seu público?**

Estrutura de uma boa história: 1. Origem e motivação inicial 2. Desafios superados 3. Transformações alcançadas 4. Visão de futuro

Exemplos: experiências próprias com questões de saúde, desafios profissionais superados, momentos de transformação pessoal, etc.

7. **6. Selecione dois arquétipos que melhor representam a essência do seu trabalho:**

*

Os 12 arquétipos são padrões universais de personalidade baseados nos estudos de Carl Jung e popularizados no marketing pelo livro "O Herói e o Fora da Lei".

Eles ajudam a definir a personalidade da sua marca, criando conexão emocional consistente com seu público.

Marque todas que se aplicam.

- ☐ **Inocente:** Otimista, honesto, puro, moral, nostálgico, busca a felicidade. Valoriza a simplicidade e a bondade. Comunica-se de forma direta e transparente.
- ☐ **Sábio:** Analítico, inteligente, especialista, mentor, valoriza o conhecimento e a verdade. Busca compreender o mundo através da análise e reflexão. Comunica-se de forma informativa e esclarecedora.
- ☐ **Explorador:** Independente, aventureiro, pioneiro, busca descobrir e experimentar o novo. Valoriza a liberdade e a autenticidade. Comunica-se de forma inspiradora e não-convencional.
- ☐ **Herói:** Corajoso, determinado, competente, protetor, enfrenta desafios e supera obstáculos. Valoriza a excelência e a superação. Comunica-se de forma motivadora e direta.
- ☐ **Fora-da-Lei:** Revolucionário, disruptivo, questionador das regras estabelecidas. Valoriza a mudança e a liberdade. Comunica-se de forma provocativa e desafiadora.
- ☐ **Mago:** Transformador, visionário, catalisador de mudanças. Busca transformar realidades e realizar sonhos. Valoriza o conhecimento e a inovação. Comunica-se de forma inspiradora e misteriosa.
- ☐ **Cara Comum:** Acessível, empático, realista, pragmático. Valoriza a conexão e o pertencimento. Comunica-se de forma simples e relacional.
- ☐ **Amante:** Apaixonado, sensual, comprometido com relacionamentos profundos. Valoriza a conexão emocional e a beleza. Comunica-se de forma calorosa e empática.
- ☐ **Bobo da Corte:** Divertido, irreverente, espontâneo, alegre. Valoriza o momento presente e o prazer. Comunica-se com humor e leveza.
- ☐ **Cuidador:** Altruísta, compassivo, nutridor, protetor. Valoriza o bem-estar dos outros e o serviço. Comunica-se de forma acolhedora e reconfortante.
- ☐ **Criador:** Inovador, artístico, inventivo, perfeccionista. Valoriza a auto-expressão e a originalidade. Comunica-se de forma inspiradora e detalhista.
- ☐ **Governante:** Líder, organizador, responsável, controlador. Valoriza a estabilidade e o poder. Comunica-se de forma autoritativa e estruturada.
- ☐ **Outro:** _____

8. **7 . Liste 5 (ou mais) crenças ou práticas comuns na sua área com as quais você discorda fundamentalmente:**

*

Exemplo: "Discordo que [prática/crença comum], porque [sua perspectiva]"

9. **8. Quais práticas, abordagens ou crenças no seu mercado você considera prejudiciais ou ineficazes? Como estas práticas afetam negativamente seus clientes potenciais? (Necessidade do Mercado)**

*

Exemplo de resposta:

Abordagens puramente focadas em "pensamento positivo" ou "gratidão", que minimizam o sofrimento real e frequentemente geram culpa [...]

Estas práticas prejudicam meus clientes potenciais de várias formas: Sensação de fracasso pessoal e inadequação quando as abordagens simplistas não funcionam, reforçando a baixa autoestima já comum em pessoas ansiosas [...]

10. **9. Qual sua qualificação específica/expertise para oferecer uma alternativa superior?** *

Exemplo de resposta: Minha especialização em Terapia Cognitivo-Comportamental e Neurociência, combinação que me permite integrar intervenções baseadas em evidências com compreensão profunda dos mecanismos cerebrais.

Participação em duas pesquisas acadêmicas pioneiras sobre neuromodulação e ansiedade na Universidade de Barcelona e publicação de 4 artigos sobre [...] Minha abordagem baseada em neurociência oferece explicações claras e intervenções precisas, diferente das explicações genéricas comuns no mercado [...]

SEÇÃO 2: EXECUÇÃO - O Que Você Genuinamente Entrega

11. **10. Golden Circle.** *

- Por quê: Qual propósito fundamental move suas ações profissionais?

- Como: Qual abordagem/método único diferencia sua prática?

O quê: Quais serviços/produtos específicos você oferece?

Exemplo de resposta:

"Por quê: Acredito que a saúde não pode ser alcançada sem conhecimento. Minha missão é [...]"

Como: Desenvolvi o Método Core, uma abordagem em três fases [...]"

O quê: Programa de acompanhamento com 3 consultas // Curso online com aulas semanais no Zoom [...]"

12.

*

11. Análise de Valor:**Quais serviços/produtos geram maior retorno financeiro?****Quais geram maior impacto positivo para seus clientes?****Quais trazem maior satisfação profissional para você?**

13. **12. Como você posiciona seus serviços em termos de valor no mercado?**

*

Premium, intermediário ou acessível em comparação com outros profissionais do seu segmento, e por quê? Qual é sua estratégia de precificação?

14. 13. Descreva detalhadamente seu método ou abordagem única:

*

Como você trabalha com seus pacientes/clientes/alunos? Existe uma sequência de etapas, princípios ou técnicas específicas que você utiliza?

Exemplo de resposta 01: "Desenvolvi o Método CLEAR, uma abordagem sistemática em 5 etapas [...]"

Exemplo de resposta 02: A consulta é de 1 hora, com avaliação e construção de um plano de tratamento. O paciente que fecha o plano de tratamento também tem acompanhamento nutricional."

15. 14. Quais são os resultados tangíveis e transformações que seus clientes tipicamente experimentam?

*

Descreva casos reais de transformação (preservando a confidencialidade) e mudanças concretas que você proporciona.

16. 15. Análise do Público Ideal (Conceito PQP - Precisa, Quer, Pode): *

Quem PRECISA do que você oferece? (necessidade real)

Quem QUER o que você oferece? (desejo/motivação)

Quem PODE adquirir o que você oferece? (capacidade financeira/acesso)

17. 16. Você sabe descrever o perfil do seu cliente "padrão ouro"? *

Idade, gênero, ocupação, estilo de vida, valores, necessidades, comportamentos, dores específicas, aspirações, como tomam decisões, onde buscam informações, etc.

18. **17. Quem são os seus concorrentes diretos e indiretos, ou seja, quem compete pelo mesmo público que o seu?**

Exemplo de resposta:

c) Concorrentes diretos: Consultores de biofilia que recentemente adotaram narrativas de sustentabilidade em seus projetos. Principais: @victoria e @naturalbuilding

Concorrentes indiretos: Construtoras convencionais que oferecem pacotes pré-fabricados "eco-friendly": Principais: @arquitetofernandes @escritoriodearquitetura

19. **18. Se sua jornada profissional fosse uma história, como você estruturaria os capítulos de: ***

- a) Origem e Motivação Inicial: o que o levou a este caminho*
- b) Desafios e Obstáculos: momentos de dificuldade e aprendizado*
- c) Transformação: como você evoluiu e o que descobriu*
- d) Método: como sua experiência se transformou em abordagem única*
- e) Impacto: as transformações que você proporciona*
- f) Visão de Futuro: onde você quer chegar*

Conte brevemente ou detalhadamente cada um destes "capítulos" para criarmos uma narrativa autêntica sobre sua trajetória. Pode ser uma frase para cada capítulo.

20. **19. Você já fez ou já pensou em algum tipo de parceria estratégica com outros profissionais?**

Compartilhe seus planos de parcerias com outras empresas e profissionais.

SEÇÃO 3: EXPRESSÃO - Como Você Autenticamente Comunica

21. **20. Hoje, qual você acredita que é a imagem que seus seguidores, seus colegas e clientes têm de você? Como você gostaria de ser percebido(a)?** *

Como você é percebido(a) atualmente.

Exemplo de resposta: "Percepção atual: Atualmente, sou reconhecida no mercado principalmente como uma nutricionista clínica competente e atualizada, com foco em emagrecimento e atendimento personalizado. Meus pacientes e colegas me veem como detalhista, cientificamente embasada e dedicada. No entanto, esta percepção é bastante limitada geograficamente à minha cidade e restrita ao círculo próximo de pacientes.

Percepção desejada: Desejo ser reconhecida nacionalmente como uma autoridade em nutrição para mulheres em menopausa [...]"

22. **21. Como você gostaria de ser percebido pela sua audiência e o que sua comunicação nas redes sociais deveria transmitir?**

*

Qual percepção você gostaria de construir e quais valores, sentimentos ou impressões você deseja que seu conteúdo digital expresse?

23. **22. Preferências de Comunicação**

*

Isso nos ajudará a definir seu tom de voz e estilo de comunicação específicos, especialmente para conteúdos educativos.

a) Quais termos, expressões ou linguagens específicas você prefere usar?

b) Quais termos ou expressões você prefere evitar?

c) Existe um vocabulário específico que você gostaria de estabelecer como parte da sua identidade?

24. 23. Qual seu nível de conforto com diferentes formatos de conteúdo digital? *

Avalie seu conforto (baixo, médio, alto) com:

Marcar apenas uma oval por linha.

	Baixo	Médio	Alto
Vídeos falando diretamente para câmera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vídeos no formato de entrevista/conversa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Áudios/podcasts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Textos e legendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotos suas em ambiente profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bastidores da rotina profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartilhamento de experiências pessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lives e interações em tempo real	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conteúdo educativo estruturado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Storytelling e narrativas pessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. **24. Identidade Visual - Preferências estéticas**

*

a) Caso já tenha elementos visuais (logo, cores, etc), o que deve ser mantido ou evitado?

b) Quais marcas, perfis ou personalidades você admira esteticamente?

c) Descreva em 3-5 adjetivos como sua identidade visual deveria ser percebida (ex: sofisticada, acessível, inovadora, etc.)

d) Há elementos visuais que representam sua especialidade ou abordagem que deveriam ser incorporados?

Exemplo de resposta:

a) Elementos visuais existentes: Tenho um logotipo que foi criado há 3 anos, com elementos que considero importantes. Gostaria de manter [...]

b) Referências estéticas admiradas: Headspace: conseguem tornar conceitos complexos de mindfulness em design minimalista e acessível.
Brené Brown: equilíbrio entre profundidade e acolhimento [...]

c) Adjetivos para minha identidade visual: Humanizada (transmitindo empatia e conexão emocional), Distintiva (imediatamente reconhecível e diferenciada de outros profissionais da minha área) [...]

d) Elementos visuais: Gostaria de incorporar elementos visuais que representem o conceito de neuroplasticidade [...] Prefiro evitar Imagens literais de neurônios ou cérebros anatômicos (extremamente comuns na área) [...]

Informações Complementares

26. 25. Qual é a sua expectativa de resultado do nosso trabalho após 3 meses?

Exemplo de resposta: Crescimento de 100% no número de seguidores;
Maior volume de leads qualificados;
Ter os primeiros 30 membros do meu curso;
Ser reconhecido como uma autoridade na minha especialidade pelos profissionais da minha área.

27. 26. Você já usou alguma estratégia para crescimento da sua base de seguidores? *

Como por exemplo: participação de sorteios, automações, compra de seguidores, grupos de engajamento, etc. Se sim, especifique quando e qual estratégia foi usada.

28. 27. Você já recebeu alguma notificação, advertência ou orientação formal do(s) órgão(s) regulador(es) que supervisiona(m) sua profissão, relacionada à sua comunicação ou publicidade? *

Esta informação é essencial para desenvolvermos um posicionamento que respeite integralmente as exigências regulatórias da sua profissão.

Todas as informações compartilhadas são tratadas com absoluta confidencialidade e utilizadas exclusivamente para garantir que seu posicionamento seja eticamente alinhado aos padrões de sua profissão.

29. **28. Tem mais algum comentário ou informação relevante que ainda não foi mencionado?** *

Use este espaço para compartilhar quaisquer considerações adicionais que possam ser úteis para o desenvolvimento do seu posicionamento.

Agradecemos pelo tempo dedicado ao preenchimento deste formulário.

Suas respostas são o primeiro passo na construção de um posicionamento estratégico autêntico e eficaz.

Grupo BRIO.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários