

2025-10-22 SESSÃO SARAH ZOMER.MP3

Meeting date: October 22, 2025, 03:53 pm

Notes

Investimento e Comprometimento Financeiro

- O principal foco da conversa foi a decisão de investir para destravar o negócio da Sarah, com total comprometimento de Rodrigo em apoiar este momento (01:20).
- **Rodrigo encerrou todas as outras oportunidades de trabalho para apoiar integralmente a Sarah (02:37)**
 - Ele ajustou gastos mensais, cortando assinaturas e planos de IA não utilizados para otimizar o orçamento
 - Essa disciplina financeira visa criar uma mentalidade alinhada ao momento de investimento e crescimento
 - A mentoria é formalmente da Sarah, mas o suporte do Rodrigo no backstage é reconhecido como fundamental para o sucesso
 - Esse investimento é visto como essencial para evoluir a metodologia e precificação atual, que está muito baixa
- **Foi reforçada a importância do ROI rápido para justificar o investimento, com metas claras de retorno (08:37)**
 - Rodrigo exemplificou que apenas três vendas já cobririam o valor investido, mostrando um ROI em um mês
 - Essa visão financeira clara serve para alinhar expectativas e motivar o empenho total na execução
 - A mentalidade mudou para enxergar o investimento como meio para crescimento, não custo
 - Esse raciocínio foi apresentado como base para a mentoria, com foco em resultados concretos

Estruturação e Estratégia de Produtos

- Uma estratégia clara de produtos foi desenhada para escalar o negócio, com um funil de entrada acessível e produtos de ticket médio e alto (38:55).

- Foi proposto um Funil de Challenge de três dias como produto de entrada com preço baixo (R\$97) (40:34)
 - O challenge apresenta conceitos como sabotadores e cérebro sábio, com tarefas diárias e enquete interativa
 - Serve para atrair um público frio e gerar consciência sobre os problemas que o público enfrenta
 - O objetivo é levar o participante ao segundo produto, um diagnóstico detalhado de R\$5.000 com três sessões
 - O diagnóstico foca em oferecer passos práticos para destravar o cliente, não só conhecimento teórico
- **Mentoria em grupo como produto intermediário, com limite de 10 pessoas e duração de até três meses a R\$5.000 (43:25)**
 - Sessões semanais ou quinzenais para manter engajamento e evitar perdas de timing
 - Inclui dinâmicas para aprofundar sabotadores e inteligência emocional, com gravações para acesso posterior
 - Possibilidade de bônus como testes CliftonStrengths, agregando valor de até R\$500 por participante
 - Meta de manter grupo pequeno para garantir qualidade e atendimento individualizado
- **Mentoria individual de alto ticket, entre R\$12.000 e R\$18.000, com acompanhamento de até seis meses (52:30)**
 - Produto mais completo, com trabalho individualizado e profundidade maior na transformação
 - Flexibilidade para descontos e bônus para primeiros clientes, incentivando fechamento rápido
 - Posiciona-se como etapa final da jornada para clientes que buscam máximo resultado
 - Estrutura pensada para facilitar migração do grupo para o individual, criando funil de vendas escalável

Branding, Posicionamento e Público-Alvo

- O branding e o posicionamento da Sarah foram destacados como pré-requisito fundamental para o sucesso da estratégia comercial (01:12:24).
- A congruência entre o discurso da Sarah e o site ou landing page é essencial para conversão (01:12:24)

- A recomendação é focar em uma landing page objetiva para o challenge, evitando dispersão com site complexo
- Conteúdos e materiais de suporte para redes sociais devem reforçar essa mensagem clara e objetiva
- O posicionamento deve refletir a transformação oferecida e conectar diretamente com as dores do público
- **Definiu-se o perfil ideal de público-alvo: homens e mulheres acima de 30 anos com desejo de mudança pessoal e profissional (01:01:03)**
 - Público que busca autoconhecimento para destravar bloqueios e inseguranças, mas com foco prático em resultados
 - Essa segmentação ajuda a direcionar comunicação e ajustar produtos para problemas reais e desejos claros
 - Inclui pessoas que não necessariamente buscam autoconhecimento, mas querem melhorar performance e clareza
 - O mapeamento do público e suas dores será feito com apoio de IA para extrair histórico e preferências
- **Narrativas e histórias reais de clientes serão usadas para criar conexão e empatia (01:04:38)**
 - Exemplos como "Karina", mulher de 38 anos, que representa o público ideal, ajudam a tangibilizar o perfil
 - A abordagem trabalha crenças, emoções e sabotadores para construir uma narrativa que gere identificação
 - Esse storytelling será usado para criar conteúdo e argumentos de venda focados em transformação emocional e prática
 - O objetivo é que o cliente sinta que a Sarah entende suas dores e tem a solução certa

Processos Operacionais e Ferramentas

- Foram discutidas melhorias operacionais e tecnológicas para suportar o crescimento e a entrega dos produtos (37:14).
- **Implementação de sistema de pagamento e área de membros via plataforma Green foi priorizada com prazo de 7 dias (37:14)**
 - A plataforma oferece taxas de aproximadamente 3,5% para produtos high-ticket, o que é competitivo
 - Inclui recursos para área de membros, facilitando entrega de conteúdo e acompanhamento

de clientes

- Contratação e consultoria já foram feitas para garantir implantação rápida e eficaz
- Essa estrutura é essencial para suportar o funil e os programas pagos com qualidade e segurança
- **Aquisição de equipamentos para produção de vídeo, como estabilizador e uso de iPhone ou câmera, para melhorar a qualidade do conteúdo (38:55)**
 - A qualidade do vídeo foi destacada como fator-chave para retenção do público e engajamento
 - A equipe já investiu em equipamentos acessíveis, mostrando foco em custo-benefício e agilidade
 - A intenção é começar gravações imediatamente para destravar a comunicação e gerar conteúdo real
 - Essa produção será parte da estratégia de marketing para alimentar o funil e as redes sociais
- **Organização do material de mentoria em drive e desenvolvimento de ferramenta RAG para centralizar informações (22:07)**
 - Facilita acesso, consulta e análise de transcrições, gravações e estratégias
 - Permite monitorar leads, conversões e ajustar abordagem conforme dados reais
 - Ajuda a manter equipe alinhada e acelera tomada de decisão com informações atualizadas
 - Essa sistematização reforça o compromisso com qualidade e acompanhamento contínuo

Precificação e Validação Comercial

- A precificação dos serviços foi tema crítico, buscando equilibrar valor percebido e sustentabilidade financeira (20:17).
- **Identificou-se desequilíbrio atual entre valor entregue e preço cobrado, com muitos serviços gratuitos ou subvalorizados (20:17)**
 - Foi destacado que algumas manutenções são feitas gratuitamente, o que não é sustentável no médio prazo
 - A proposta inclui aumentar preços para refletir transformação e esforço, evitando desvalorização
 - Ajustes serão feitos para aumentar confiança e justificar o ticket mais alto junto ao público
 - A estratégia prevê cortes naturais dos clientes menos engajados, focando em quem valoriza o serviço

- Estratégia de ofertas escalonadas visa facilitar a entrada e aumentar a conversão gradualmente (44:45)
 - Produtos de entrada com preço acessível trazem leads, que podem migrar para mentorias em grupo e individuais
 - Essa escada de produtos ajuda a construir relacionamento e aumentar o ticket médio com clientes fidelizados
 - Bônus e descontos serão usados para incentivar fechamento rápido e recompensar os primeiros clientes
 - O modelo permite testar e ajustar preços conforme a resposta do mercado e performance das vendas
- A clareza na transformação entregue será chave para justificar os preços altos, evitando foco em autoconhecimento genérico (01:10:50)
 - A mensagem será orientada para resultados práticos como posicionamento, vendas e crescimento pessoal
 - O autoconhecimento será o meio, não o fim, para atrair um público mais pragmático
 - Essa abordagem ajuda a ampliar o público potencial e torna a oferta mais atrativa para profissionais
 - A definição do valor entregue deve ser revisada continuamente para manter a relevância e atratividade

Action items

Sarah Zomer

- Avaliar e ajustar a metodologia e pricing dos serviços, definindo valores claros para produtos (diagnóstico, mentoria em grupo e individual) (20:17)
- Preparar e gravar vídeos para o Challenge Funnel, começando pelo 'quartinho da bagunça' para destravar conteúdo e atrair público (37:14)
- Fazer seleção e limpeza das redes sociais para organizar o público-alvo qualificado e evitar ruído entre perfis pessoais e comerciais (32:16)
- Definir e acertar visita na plataforma de hospedagem e pagamentos digitais (Green ou alternativas de menor taxa) para implementar sistema de vendas (36:58)

Rodrigo

- Organizar e disponibilizar drive com todos materiais, análises, transcrições e insights para consulta e acompanhamento do projeto (22:07)

- Construir narrativa e comunicação do Funil, incluindo descrição clara dos sabotadores, tarefas e promessas alinhadas ao público-alvo (40:34)
- Estruturar protótipo da jornada do cliente, incluindo escalas de preço e duração dos produtos, conectando os diferentes níveis de atendimentos e serviços (43:25)
- Conduzir mapeamento do perfil ideal (ICP) com Sarah, extrair detalhes da persona para direcionar campanhas e posicionamento (01:01:03)
- Trabalhar com Sarah no alinhamento do branding e do posicionamento para criação do site/ landing page e ações sociais antes do lançamento do Challenge Funnel (01:12:24)
- Finalizar definição dos próximos passos operacionais, incluindo definição clara dos valores, bônus e próximos produtos (37:14)