

2025-11-03 S4 Marseau Cabral Franco e Rodrigo Faerman

Meeting date: November 03, 2025, 02:00 pm

Notes

Definição e Consolidação do Posicionamento de Marca

- O principal foco é clarificar o posicionamento para mulheres empreendedoras, com ênfase em relacionamentos internos e autoconhecimento.
- Rodrigo Faerman guiou a equipe para aprofundar a definição do problema a ser resolvido, evitando mensagens vagas como "não procrastinar" e buscando especificidade na transformação que o cliente deseja, como "vender mais para ter uma vida melhor" (12:23)
 - Ele destacou a importância de seguir perguntas sucessivas para chegar ao motivo real por trás do desejo do cliente.
 - Sarah Zomer exemplificou com clientes que precisam melhorar a comunicação para fechar contratos e garantir estabilidade no emprego.
 - Rodrigo reforçou que o foco deve ser na transformação que o serviço gera e não apenas na oferta.
 - Essa abordagem visa aumentar a conexão emocional e a clareza da mensagem para o público-alvo.
- Marseau Franco e Sarah ajustaram o nicho para focar em mulheres empreendedoras com desafios relacionados ao relacionamento consigo mesmas, descartando opções que remetam exclusivamente à saúde, para evitar conflitos com profissionais da área médica (30:34)
 - Sarah expressou que a conexão com saúde pode gerar resistências por parte de médicos e terapeutas.
 - A equipe concordou em iniciar com o nicho mais alinhado (relacionamento interno) para ganhar espaço e depois ampliar o público.
 - Marceau ressaltou a necessidade de escolher uma terminologia acessível para burnout, já que o público pode não reconhecer o problema precocemente.
 - Essa decisão ajuda a evitar barreiras na comunicação e facilita o reconhecimento da oferta pelo público.
- Rodrigo propôs um exercício para capturar relatos reais dos clientes sobre a transformação

que recebem, via mensagens de áudio com prazo até o dia seguinte, para entender melhor a percepção do público sobre o trabalho de Sarah (35:43)

- Sarah confirmou que tem entre **7 e 8 clientes ativos** e histórico de atendimentos a serem contabilizados.
- Os áudios devem focar na transformação que o serviço traz para o cliente, não na experiência pessoal do cliente com Sarah.
- Essa coleta visa gerar material para validar e ajustar a comunicação com base em evidências reais.
- Rodrigo planeja habilitar transcrição automática para facilitar o acompanhamento das respostas.

Estratégia de Conteúdo e Comunicação

- O time definiu um plano para criar e validar scripts de vídeos e ajustar canais digitais para fortalecer a mensagem e captar clientes.
- **Marseau anunciou a intenção de usar inteligência artificial para criar um script de vídeo de 1 a 1,5 minuto, que será revisado por Rodrigo antes da gravação no evento de São Paulo com Fábio Soares (44:50)**
 - O evento será usado para gravar o vídeo em um ambiente que incentiva a participação.
 - O script passará por validação para garantir alinhamento com o posicionamento e linguagem da marca.
 - Essa ação visa acelerar a entrada prática no mercado com material audiovisual de impacto.
 - Rodrigo quer acompanhar de perto o processo para garantir coerência e qualidade.
- **Além do vídeo, será iniciada a remodelação do site e do LinkedIn para alinhar a mensagem nos canais digitais, preparando para direcionar o público das redes sociais para plataformas oficiais coerentes (46:21)**
 - Marceau ficará responsável por consolidar a remodelação e garantir a sinergia entre Instagram, site e LinkedIn.
 - A equipe planeja usar o Instagram para divulgação inicial e o site/LinkedIn como pontos de apoio para aprofundar a mensagem.
 - O objetivo é criar uma experiência consistente para o usuário em múltiplos canais.
 - Essa estrutura digital integrada busca aumentar a credibilidade e facilitar o fechamento de vendas.
- **Sarah já iniciou ações práticas no Instagram, limpando o conteúdo e preparando-se para**

lançar o primeiro desafio para engajamento, com o objetivo de validar a recepção do público (44:30)

- Essa limpeza visa tornar o perfil mais focado e alinhado com a nova mensagem.
- O desafio será usado como teste para medir interesse e engajamento inicial.
- A equipe planeja monitorar os resultados para ajustar o conteúdo futuramente.
- Essa estratégia rápida busca acelerar o processo de atração e conversão.

Definição e Validação de Oferta Comercial

- Há um movimento para formalizar a oferta, especificação e processo de vendas para garantir conversões e fluxo de receita.
- **Sarah mantém uma proposta já estruturada, que inclui perguntas prévias para entender o cliente e um contrato formal subsequente, mas reconhece necessidade de melhorar o formato e apresentação para facilitar vendas (51:34)**
 - Rodrigo sugeriu transformar o documento atual em uma apresentação visual mais atrativa, usando ferramentas como Canva.
 - A proposta atual é detalhada, mas excessivamente textual, o que pode dificultar o entendimento do cliente.
 - Esse aprimoramento deve tornar a oferta mais clara e profissional, aumentando as chances de fechamento.
 - Rodrigo se comprometeu a revisar e apoiar essa reformulação.
- **Foi relatado um contato concreto gerado pela abordagem do "quartinho da bagunça", com uma psicanalista interessada em avançar para reunião e validação do atendimento gratuito inicial (51:39)**
 - O diagnóstico inicial oferecido é gratuito para os primeiros participantes da CIF para gerar valor e engajamento.
 - Ainda não há definição de valores fechados para o serviço, o que deve ocorrer em reunião posterior.
 - Esse contato valida que a nova abordagem está gerando leads qualificados.
 - É uma prova prática da eficácia do posicionamento e da comunicação.
- **Rodrigo reforçou a urgência de iniciar as vendas, destacando que o sucesso do trabalho depende da conversão financeira para manter a operação e evolução (47:22)**
 - Ele alertou que o tempo de conversas aprofundadas deve acabar para dar lugar à execução prática.

- Sarah e Marceau concordaram em focar em ações concretas como gravação do vídeo e lançamento do desafio.
- Esse momento marca a transição da fase de planejamento para a fase de resultados tangíveis.
- A meta clara é que a venda seja a evidência do posicionamento correto e do impacto do trabalho.

Divisão de Papéis e Gestão Operacional

- Está consolidada uma divisão clara entre a liderança do projeto e a gestão operacional para otimizar foco e resultados.
- **Rodrigo destacou que Sarah deve ocupar o papel de líder no contato direto com clientes, enquanto Marceau fica responsável pela gestão operacional, organização e suporte (10:01)**
 - Essa separação valoriza o perfil de Sarah, que prefere focar em entrega e excelência técnica.
 - Marceau atua no apoio, filtragem de temas e operacionalização das tarefas, criando um sistema de trabalho mais eficiente.
 - A presença de uma equipe estruturada agrega valor percebido para os clientes.
 - Essa organização reduz o desgaste mental e melhora a qualidade do atendimento e da oferta.
- **Marceau reforçou que essa divisão traz uma percepção de valor agregado para o cliente, mostrando profissionalismo e suporte (11:21)**
 - Essa percepção aumenta a confiança e a disposição do cliente para investir.
 - A equipe busca manter essa dinâmica para equilibrar entusiasmo e capacidade operacional.
 - Essa estrutura ajuda a evitar sobrecarga e estresse, especialmente para Sarah.
 - Rodrigo elogiou essa configuração como um passo fundamental para o crescimento sustentável.
- **Sarah reconheceu que a gestão operacional conduzida por Marceau é um papel que ela não gosta, o que justifica a divisão atual e reforça a importância do suporte operacional (08:48)**
 - Essa clareza ajuda a evitar conflitos internos e mantém o foco nas forças individuais.
 - Rodrigo destacou que esse modelo é semelhante a uma estrutura empresarial real, com divisão de funções estratégicas e operacionais.
 - A equipe percebe a necessidade de respeitar e ajustar os papéis para manter a

produtividade.

- Esse alinhamento contribui para a qualidade da entrega e para o bem-estar da equipe.

Processo de Melhoria Contínua e Feedback

- O grupo estabeleceu um ciclo de feedback ágil para evoluir o posicionamento, conteúdo e oferta com base em dados reais.
- **Rodrigo criou um documento colaborativo compartilhado para centralizar todo o material, permitindo comentários e sugestões em tempo real para acelerar a evolução do projeto (25:55)**
 - Marceau já fez comentários para ajudar a identificar conteúdos relevantes.
 - Essa ferramenta facilita a comunicação e evita retrabalho ou perda de informações.
 - Permite que todos acompanhem o progresso e façam ajustes rápidos.
 - Essa transparência reforça o compromisso com a qualidade e alinhamento.
- **Rodrigo orientou a equipe a definir prazos curtos e firmes para o envio das respostas dos clientes, evitando atrasos e dispersão no processo (54:32)**
 - Ele sugeriu um prazo de no máximo um dia e meio para respostas de áudio.
 - Isso busca garantir agilidade na coleta de dados e manter o ritmo do projeto.
 - Sarah e Marceau concordaram com a metodologia para evitar procrastinação.
 - O controle de prazos é essencial para manter o foco na execução prática.
- **A equipe planeja enviar aos clientes atuais a pergunta sobre a maior transformação recebida para obter evidências que possam ser usadas na comunicação e validação da oferta (35:43)**
 - Rodrigo reforçou que o foco é entender a percepção dos clientes sobre o impacto do serviço.
 - Essa ação visa alinhar a mensagem com o que realmente ressoa e gera valor.
 - O material coletado deve ajudar a posicionar melhor a marca e aumentar a conversão.
 - Esse feedback é parte do processo contínuo de melhoria e ajuste estratégico.
- **Sarah já iniciou a limpeza do Instagram e preparou o primeiro desafio como teste prático para medir engajamento e atrair novos clientes (44:30)**
 - Essa ação rápida é um passo para validar a nova comunicação no mercado.
 - A equipe monitora a resposta para ajustar a abordagem conforme necessário.
 - Rodrigo destacou a importância de sair da teoria e ir para a prática.
 - Esse ciclo de teste e aprendizado é fundamental para o sucesso do projeto.

Action items

Sarah Zomer Franco

- Gravar áudio para Rodrigo respondendo 'Qual é a maior transformação que ele traz para o mundo?', focando em Rodrigo, não em si mesma (38:00)
- Organizar o Instagram removendo imagens que não se alinham com a nova mensagem e preparar para o lançamento do primeiro desafio (44:30)
- Encaminhar para Rodrigo a proposta comercial atual para revisão (52:25)
- Enviar depoimentos de clientes atuais em áudio, com prazo máximo até amanhã à noite, para apoiar trabalho de branding (37:32)

Marseau Cabral Franco

- Auxiliar na elaboração e validação do script para os vídeos promocionais a serem gravados no evento em São Paulo (44:48)
- Consolidar trabalho feito sobre redes sociais e sugerir remodelação do site e LinkedIn para manter mensagem coesa e alinhada (45:24)
- Comentar no documento compartilhado por Rodrigo para indicar o que faz ou não sentido (26:25)
- Enviar atualizações e progresso no grupo para Rodrigo acompanhar (54:25)

Rodrigo Faerman

- Criar e compartilhar Google Docs para organização do trabalho e comentários colaborativos (25:50)
- Acompanhar e aprovar script de vídeo antes da gravação no evento (44:59)
- Revisar proposta comercial encaminhada por Sarah e sugerir melhorias visuais e de comunicação (52:25)
- Enviar mensagem para ser usada por Sarah para solicitar depoimentos dos clientes, com prazo definido para a semana (37:32)
- Desenvolver conexão do conceito 'quartinho da bagunça mental' com o público-alvo para concretizar comunicação (49:42)
- Manter disponibilidade para suporte emergencial durante viagem, e garantir comunicação antes da saída (55:10)