



Rodrigo Faerman - 00:01

Boa tarde!



Rodrigo Faerman - 00:02

Olá, tudo bem? Valeu aí pelos 10 minutinhos, desculpa a demorinha.



Marseau Franco - 00:07

Não, sem problema. A Sarah vai entrar também, só que ela não conseguiu pegar o link. Deixa eu mandar para ela o link.



Rodrigo Faerman - 00:15

E ela já entra também.



Rodrigo Faerman - 00:16

Mas acho que eu mandei para o e-mail dela também.



Marseau Franco - 00:19

É, só que ela está no computador que não acessa fácil o e-mail do Yahoo.



Rodrigo Faerman - 00:25

Vou mandar aqui, só segundo.



Marseau Franco - 00:52

E aí, tudo certo por aí?



Rodrigo Faerman - 00:53

Tudo, tudo. O countdown, semana que vem eu viajo, então eu tô estruturando tudo com projetos, clientes. Então ficou pouquinho, a semaninha pouquinho mais rápida.



Rodrigo Faerman - 01:09

Pronto, ela chegou aqui. Maravilha. Que dia que você viaja?



Rodrigo Faerman - 01:17

Eu vou na sexta. Olá, olá, olá. Tudo bem?



Sarah Zomer Franco - 01:23

Tudo. E você?



Rodrigo Faerman - 01:25

Tudo bem.



Rodrigo Faerman - 01:26

Bem-vindos.



Rodrigo Faerman - 01:29

Esse é o teu fundo mesmo? É fundo...



Marseau Franco - 01:34

É fundo fake.



Sarah Zomer Franco - 01:36

Seria, né?



Marseau Franco - 01:40

Tá ficando cada vez melhor. Não precisa nem botar fundo verde pra o negócio ficar bom, né?



Rodrigo Faerman - 01:49

E aí, como é que vocês chegam aqui hoje para fazer aquele nosso check-in básico? Vocês estão acostumados? Como é que está tudo?



Sarah Zomer Franco - 01:56

Estou bem animada, estou com sangue nos olhos.



Rodrigo Faerman - 01:59

Eita!



Sarah Zomer Franco - 02:02

Estou metendo a cara, a coragem e estamos indo. Eu participei de evento que eu havia pago para expor o meu trabalho no sábado lá na CIF. Que era só para mulheres. E eu acabei expondo o meu trabalho de uma forma até divertida. E aí eu falava para a pessoa, o que você faz? Vem cá que eu vou te explicar o que eu faço. Aí eu falava, a forma técnica é neurociência aplicada à consultoria. Sabe o que é? Não, nem eu se me explicasse isso, me apresentasse isso, eu saberia o que é. Deu lá, desenvolvimento pessoal. Também fica muito vago, né? Aí a pessoa falava, é, fica muito vago. Então tá. Você tem quatinho da bagunça mental? Porque eu tenho. Daí a pessoa fala, tenho! Aí eu começava a explicar sobre o quatinho, como é que acontecia o processo de atendimento, aí a pessoa...



Sarah Zomer Franco - 02:56

Eu fiz ela preencher, aí cadastro no meu próprio site pra me enviar, e aí eu marcar uma conversa com aquela pessoa pra poder fechar o trabalho. Então duas voltaram, e aí agora combinar de se encontrar, tomar café, então levei de uma forma divertida, diferente.



Rodrigo Faerman - 03:13

Que magnífico!



Rodrigo Faerman - 03:15

Que animal!



Sarah Zomer Franco - 03:17

Deu certo!



Rodrigo Faerman - 03:18

O que foi? Como foi esse processo? Teve algum desafio que você percebeu? Estava tranquilo?



Rodrigo Faerman - 03:24

Como é que foi?



Sarah Zomer Franco - 03:24

Bem tranquila! E aí, assim, como eu tive que conversar com as pessoas que entravam dentro da sala... Eu participo de uma comunidade, que é a Comunidade Império W.O.S. Eu estou, o quê? Uns dois meses nessa comunidade.



Rodrigo Faerman - 03:40

Tá.



Rodrigo Faerman - 03:41

E...



Sarah Zomer Franco - 03:44

Só nós lá dentro da comunidade, nós fomos em 10, nós alugamos a sala em 10, essa sala dentro da CIFI, cada uma pôde fazer exposição do seu próprio trabalho. Então, além de passar isso para as pessoas de fora, eu passei para elas mesmo dentro da sala que não participaram ainda desse processo. Então, eu achei bem divertido de repassar isso, foi bem tranquilo, foi bem... Foi leve, sabe?



Rodrigo Faerman - 04:12

É, foi maravilha.



Sarah Zomer Franco - 04:13

Como se fosse meu, eu só fui repassando. É meu, né?



Rodrigo Faerman - 04:17

Que legal, que legal, tá? Isso aí talvez fosse dos desafios maiores e que tu deu conta super bem, tá? Então, maravilha. Isso aí... Putz, eu ainda nem ouvi o check-in do Marisol, tá? Deixa eu ouvir ele, daí eu vou te passar título em relação a isso, porque é bem pertinente. Boa. Eu sei que tá por hora, né? A cabeça explodindo.



Marseau Franco - 04:50

Assim como a Sarah, eu também tô bem animado, acho que... O que foi esses últimos dias pós aquele nosso papo inicial? Tem que ajustar algumas coisas para a gente organizar e começar com o pé direito, então deixei workspace pronto para mim e para a Sarah, para a gente poder utilizar o workspace de uma forma pouco mais organizada, tudo para a gente em algum momento começar a usar o Google Drive para conectar com o notebook LM e ela começar a usar a ferramenta de uma forma mais estruturada.



Marseau Franco - 05:28

Então para fazer pouco disso a gente dependia de algumas burocracias, de finalizar a abertura da empresa e tal, então nos primeiros dias pós o nosso papo eu finalizei esse trabalho mais burocrático acessei algumas das plataformas que você tinha sugerido para a gente conhecer pouco mais, então mexi pouco na Green e tal, e tenho me aprofundado bastante nas aulas do Fab que eu tinha comentado que eu tinha comprado, porque eu vejo que ali De uma forma diferente do teu trabalho, ele traz muitas provocações até pra eu trazer pra Saara pra gente conseguir estruturar melhor o que é o posicionamento, qual que é a solução que ela vai oferecer e tal. E aí acho que... Tudo isso com essas provocações foi pouco do que eu compartilhei contigo no WhatsApp, da gente já...



Marseau Franco - 06:18

Sim, concordo 100% com você com relação a gente já começar a postar no LinkedIn. Eu não tô com pressa, a Sarah também não. A gente não tá com pressa de começar já ativamente trazer conteúdo tanto pro Instagram quanto pro LinkedIn. Acho que principalmente a gente ter a certeza de qual é o ICP ideal, como é que a gente vai se posicionar pra esse ICP, vai abrir pouco mais vai dar uma liberdade maior pra gente, focado nesse ICP, a gente de fato ir pro conteúdo. Então, tô animado também, tô bem acelerado aqui. A Sarah tá vendo que eu passo praticamente o dia todo estudando aqui, e quando eu não tô estudando, eu tô ajustando essas coisas mais burocráticas. Mas tá tudo em ordem, graças a Deus.



Rodrigo Faerman - 07:00

Uau, bastante coisa. Daí eu vou começar com a Sarah, porque isso aqui vai ser o segredo do nosso sucesso. E qual que é esse segredo? É que todo mundo faz errado. Quando eu te pergunto, Quando eu te pergunto o que tu faz, é na verdade uma pergunta, uma pegadinha, tá? Porque eventualmente isso leva ao teu produto.



Rodrigo Faerman - 07:40

Ou ao teu serviço.



Rodrigo Faerman - 07:43

E a pegadinha aqui é que todo mundo vai, olha, eu trabalho com consultoria de negócios, eu falo com isso, e aí o que eu quero te convidar, e a gente não precisa ter essa resposta agora, mas precisa. É que o foco é a tua... Qual é a transformação que a Sarah traz para o mundo? Porque aí a gente conecta num lugar até mais emocional, e aí o produto e serviço se tornam consequências. Então isso tem a ver com propósito, isso tem a ver com a tua história, isso tem a ver com o que tu acredita, tem a ver com os seus valores, tem muito mais a ver com isso do que necessariamente com produto e serviço. Faz algum sentido o que eu falei ou não?



Sarah Zomer Franco - 08:41

Sim, total.



Rodrigo Faerman - 08:46

Claro, Março, essa parada?



Rodrigo Faerman - 08:49

Super claro.



Rodrigo Faerman - 08:50

Então, quando alguém fala assim, Rodrigo, o que você faz? Já tive várias reuniões, todo mundo. O cara é consultor de IA e eu trabalho com desenvolvimento humano e eu trabalho... Cara, todo mundo está falando isso. Eu falo, cara, eu acelero negócios e desacelero as pessoas. Eu acelero negócios e desacelero o dono do negócio. E eu estou falando com donos de negócios. Daí o cara fala, cara, eu quero. O que eu falei de produto e serviço?



Sarah Zomer Franco - 09:19

Nada.



Rodrigo Faerman - 09:21

Mas é algo que o que eu faço? Eu trago e daí eu posso... Me aprofundar. Olha, na verdade, quando eu falo acelero negócios, eu acredito que o nosso propósito no mundo está conectado com aquilo que a gente faz, com o nosso negócio. Então, na verdade, eu estou acelerando o teu propósito, eu estou intensificando, eu estou fortalecendo ele e te desacelerando para você focar somente naquilo que você faz de melhor no mundo. Daí a gente pode ir se aprofundando. Ainda aqui eu não falei qual é o meu produto e serviço. Mas pra muita gente, não é pra todo mundo, mas pra muita gente isso é suficiente pra falar, cara, eu preciso falar com você.



Rodrigo Faerman - 10:02

É isso que eu preciso. Tá?



Rodrigo Faerman - 10:05

Então, essa frase, e aí, Março, isso vai ter que estar claro, que é a tua transformação, o que eu faço único, a gente vai ter que chegar nesse lugar e que, de alguma forma, ele tem que se conectar com alguma questão emocional. Último ponto, quanto mais paradoxal ele for, melhor. Paradoxal assim, fala, calma, como é que você faz isso?

Então você fala assim, eu transformo o seu quartinho da bagunça mental na tua sala de troféu. Cara, isso aqui para mim é meio... Como que... Dá nó na cabeça.



Sarah Zomer Franco - 10:58

É atrativo, é atrativo.



Rodrigo Faerman - 11:00

Não tô falando que é isso, mas essa linha, né? Acelera o negócio e desacelera a pessoa. É paradoxal. Como é que acelera e desacelera ao mesmo tempo? Me explica isso.



Sarah Zomer Franco - 11:11

Mas ao mesmo tempo que gera uma curiosidade, gera desejo.



Rodrigo Faerman - 11:14

E gera diferenciação. E gera diferenciação e a gente quer estar num lugar de diferenciação, porque diferenciação eleva o nível, eleva a precificação inclusive do nosso produto. É isso.



Marseau Franco - 11:32

Posso até fazer parênteses rapidinho. Antes mesmo de a gente entrar aqui no call, eu estava justamente conversando com a Sarah sobre... Porque quando ela saiu desse evento da CIF, ela saiu de lá com uma clareza muito grande de que ela queria atender mulheres empreendedoras executivas. Porque... Aí depois você pode me complementar, né, amor? Mas ela sente que para ela é desafio...



Sarah Zomer Franco - 11:58

Mas ao mesmo tempo que é desafio, ela tem a cabeça mais aberta para mudança. E eu observei que todas elas, tá? Até eu conversei com duas psicanalistas lá, nunca tinha ouvido falar, nem acessments, nem sabotadores, nada, psicanalista. E aí ficaram super curiosos para entender como é que acontece o processo e que sentem necessidade de passar por esse processo. Então, e eu vejo que todas elas, tá? Chega no momento que elas travaram o crescimento emocional e financeiro. Porque tem alguma coisa ali que está sabotando elas e elas não estão sabendo lidar. E aí é onde eu apresento. Daí a gente consegue destravar no meio do atendimento. Mas eu preciso identificar, através desses acervos, o que está te travando.



Marseau Franco - 12:46

E aí, o que é interessante? Isso é bom, por lado, porque já define pouco mais, com pouco mais de clareza, quem que de fato ela quer atender.



Rodrigo Faerman - 12:55

Por outro lado, ela tem que aceitar.



Marseau Franco - 12:58

Que ela vai falar não para todos os outros grupos que ela não está atendendo. E aí começa até aquela questão de pra quem que a gente vai falar não nesse primeiro momento pra dar esse primeiro passo, né? Porque dá aquela sensação de, putz, mas aí eu tô restringindo muito, mas pelo que eu tenho, e aí eu queria te ouvir também, Rodrigo, mas pelo que eu tenho escutado muito nessas aulas do Fábio, quanto mais você tá no início, melhor é você micronichar, por quê? Porque enquanto você não é visto como uma autoridade, você vai bater, quando você pega público muito amplo, você vai bater de frente com quem já é uma autoridade nesse público muito amplo.



Marseau Franco - 13:34

Então, quando você micronicha, você identifica aquele público e você atende, de fato, aquele público, você começa a criar autoridade que, num futuro próximo, vai permitir com que você amplie pouco o mercado que você está atendendo. Aí ela pode falar, pô, eu vou trabalhar com pessoas, mulheres que não só são executivas, mas que são mães de família, enfim, ela começa a ter essa possibilidade de ampliar pouco mais e não ficar tão micronichado. Mas a gente vai ter que acostumar com a ideia de que talvez nesse primeiro momento a gente tenha que falar não para vários grupos de pessoas para a gente também ter aqueles não seletivos, para não abraçar o mundo e acabar não conseguindo trazer resultado legal.



Marseau Franco - 14:11

Dito isso, acho que uma das coisas que a gente ficou se provocando muito é E a gente vai nichar nesse mercado de mulheres empreendedoras e mulheres executivas, como que a gente conecta o quartinho da bagunça com o dia a dia dessa pessoa? Será que a gente tem que fazer alguma coisa mais... Ter alguma chamada pouco diferente ou será que a gente consegue conectar? Então foram algumas coisas que a gente vem conversando também, que aí eu queria trazer para a mesa para te ouvir também pouquinho.



Sarah Zomer Franco - 14:39

E o que você vê lá também nesse evento do final de semana, sabe? Observando essas mulheres. O quanto elas estão despreparadas para tudo. Inclusive, as mulheres que estavam palestrando, que tinha que ter uma desvolutura pouco melhor das pessoas que estavam lá assistindo, eu fiquei assustada. Mas daí eu vi uma oportunidade de negócio.



Rodrigo Faerman - 15:04

Maravilhoso, maravilhoso.



Sarah Zomer Franco - 15:06

Porque tanto internamente elas não estão bem, e externo também tá tudo virado. Eu fiquei, realmente, me deixei impressionada. E eu falei, tá aqui, eu tenho que me conectar com esse pessoal da Cifra aqui pra ajudá-las, elas já estão em alguma parte, vender algum produto ali pra elas.



Rodrigo Faerman - 15:22

Maravilhoso, tá?



Rodrigo Faerman - 15:24

Tens mil por cento de razão.



Rodrigo Faerman - 15:27

A gente vai ter várias oportunidades. Então, o que seria legal? A gente começar a anotar Porque na hora que a gente mergulhar nosso público-alvo real, e eu vou ajudar vocês, a gente vai escolher, a gente pode até fazer esse teste com dois, três micronichos. Por quê? A maneira como a gente trabalha o Ideal Client Profile, o público ideal, ele não é baseado em dados demográficos, é baseado em dores, desejos, problemas, a gente entra num lugar muito mais profundo. O que eu quero dizer com isso? Vou te dar até exemplo. Me fala desafio de alguma das mulheres lá que estavam no dia, na apresentação.



Sarah Zomer Franco - 16:18

Como assim desafio? Desafio de vida?



Rodrigo Faerman - 16:20

O problema dela. Me fala problema dessa mulher.



Sarah Zomer Franco - 16:25

Muitas eu vejo que estão trabalhando para caramba e não estão tendo retorno financeiro, não estão sabendo precificar o próprio preço, que daí já não é tanto comigo, eu posso ajudar numa parte, mas eu vejo que falta problema de precificação. Elas não estão conseguindo também encontrar os clientes delas. É esse micronicho que a gente está falando, de poder identificar o cliente, elas não estão conseguindo identificar e todas elas, com relação a isso, elas estão mal mentalmente. Não está trabalhando bastante, não está conseguindo precificar, não está conseguindo dar atenção para a família, não está bem emocionalmente. Todas elas lá, eu falo com uma só, eu não vi uma mulher que estivesse magra e cuidando da saúde.



Rodrigo Faerman - 17:09

E aí, só do que você me falou, tem muita coisa a gente explorar, não vamos fazer isso agora, mas muito disso não é o problema, é sintoma de problema, que são diferentes, diferenças. Ela não está conseguindo o retorno financeiro, eu não sei se esse é o problema ou é o sintoma, porque daí quando a gente faz o diagnóstico, a gente chega no problema. O problema talvez tenha autoconfiança, talvez ela tenha problema que ela não sabe nem o que ela está fazendo no mundo, ela está fazendo algo que não gosta, ela está posicionada de forma equivocada,

ela não tem o equilíbrio, sei lá o que é.



Sarah Zomer Franco - 17:52

Eu concordo.



Rodrigo Faerman - 17:53

E isso é legal, isso é ótimo. E daí a gente sempre está trabalhando com essa questão. E aí como a gente vai descobrir? A gente pergunta. E aí tem maneiras de perguntar e tipos de perguntas diferentes. O que eu costumo perguntar? Não é, qual que é o teu problema no teu negócio? Eu falo assim, cara, o que tira o teu sono? Com o que você acorda no meio da noite falando assim, cara, preciso resolver isso aqui. Qual é o pesadelo que você tem? Mas eu vou em outros lugares, eu pergunto assim, cara, que série do Netflix que você assiste? Porque aí a gente começa a ver identificação. Quem são pessoas que você admira? Porque daí a gente começa a entender o que ela pensa. Você conversou com a Aleph, né? Tempão aí.



Sarah Zomer Franco - 18:46

Nossa senhora, foi... Desafiador, porque no início a gente fica pouco desconfortável, né? De falar, eu sei que é uma iá, mas ficou pouco desconfortável, depois eu me soltei, ó, vambora.



Rodrigo Faerman - 19:01

Maravilha, maravilha. E aí, não dá pra fazer sempre com todo mundo, porque é processo mais longo, tá? Mas aqui a gente extraiu muita coisa incrível. Como você pode imaginar. E eu vou até mostrar pra você pouquinho disso, tá? Mas só pra gente começar a organizar a casa. Então, em relação àquele ponto que eu falei da tua transformação, é uma frase que a gente tem que chegar e que ela tem que estar muito clara pra você.



Rodrigo Faerman - 19:32

Concordo.



Rodrigo Faerman - 19:34

Eu vou tentar desenhar alguma coisa, deixa eu abrir o Canva, porque o que o Marcio falou do nicho, isso aí é super relevante também, e eu vou mostrar para vocês, segundinho que eu.



Rodrigo Faerman - 19:45

Tô abrindo aqui, eu vou criar espaço novo, assim a gente trabalha Umas coisinhas só de vocês. Não precisa. Sarah, create new board. Pronto. Vou compartilhar com vocês aqui. Aqui. Eu.



Marseau Franco - 20:20

Sou muito fã do Miro. Eu gosto muito.



Rodrigo Faerman - 20:22

Eu também, eu sou super. E aí, a grande questão é a seguinte. A gente tem... Qual que é o teu nicho de atuação, Sara?



Sarah Zomer Franco - 20:32

Hoje?



Rodrigo Faerman - 20:35

É, qual que você quer atuar? Qual que é o nicho?



Sarah Zomer Franco - 20:37

Não. Hoje o que eu quero atuar é mulheres que são empresárias, que são executivas. Eu vejo que dá para ajudar muito elas e dá para ser eficiente o atendimento. Elas vão realmente... Hoje eu vejo, tá? A diferença da dona de casa para a mulher que é executiva. A mulher que é executiva, ela faz todas as tarefas solicitadas.



Rodrigo Faerman - 21:01

Tá, mas vamos lá. O nicho é mulheres executivas?



Rodrigo Faerman - 21:04

Isso. Maravilha.



Rodrigo Faerman - 21:07

Se eu for no Google agora e colocar, ou em qualquer outra rede, mentora de mulheres executivas, quem que vai ver?



Rodrigo Faerman - 21:18

Eu vou abrir aqui. Deixa eu ver. Eu vou fazer aqui, calma aí. Mentoria de mulheres executivas.



Rodrigo Faerman - 21:33

Eu já vou abrir a tela aqui.



Rodrigo Faerman - 21:34

Para compartilhar com vocês. Segundo.



Rodrigo Faerman - 21:42

Jogar a tela aqui. Jogar essa tela aqui. Jogar essa tela aqui. Eu tenho muita tela aqui aberta, mas é que eu quero ter o miro e o negocinho aberto pra gente conseguir evidenciar. Esses me falam se ficar muito pequeno, eu ajusto.



Rodrigo Faerman - 21:56

Segundinho.



Marseau Franco - 22:01

Só uma curiosidade, eu joguei aqui no Google, né? Uma das mentorias que aparece é a mentoria do Ike Batista.



Rodrigo Faerman - 22:08

Nossa! Sério?



Marseau Franco - 22:12

Ele agora trabalha como mentor.



Sarah Zomer Franco - 22:14

Mas mulheres ou não?



Marseau Franco - 22:17

Não, é que eu coloquei mentoria de mulheres executivas. E aí o Google já traz para executivas de uma forma geral. Ele não filtra só mulheres executivas.

Rodrigo Faerman - 22:25



Entendi.



Marseau Franco - 22:26

E ele deve ter pago aqui.



Rodrigo Faerman - 22:28

É, deve ter super pago. Então aqui, mulheres executivas.



Rodrigo Faerman - 22:35

Mentoria.



Rodrigo Faerman - 22:38

Deu alguns aqui. Nunca ouvi falar.



Sarah Zomer Franco - 22:42

Também não.



Rodrigo Faerman - 22:43

E daí, ó, monte de coisa aqui.



Rodrigo Faerman - 22:46

Maravilha.



Rodrigo Faerman - 22:47

Aí tem patrocinados, né? Daí a gente pode ir para a página 2, tá? Isso aqui é representado por esse circuluzão aqui, beleza? Aqui, você vai ser qual número? Sei lá, 1 milhão, 500 mil. Eu vou pra página 57 do Google pra te encontrar. Tô brincando, mas... Ai, Deus!



Sarah Zomer Franco - 23:10

Tá, tá aí.



Rodrigo Faerman - 23:12

O que a gente quer? A gente não quer tá aqui.



Rodrigo Faerman - 23:15

Não.



Rodrigo Faerman - 23:16

A gente vai querer tá onde? Então, vamos pegar dentro desse círculo, fazer outro círculo. Vamos ser mais específica.



Rodrigo Faerman - 23:24

Tá.



Rodrigo Faerman - 23:24

Seja mais específica. Me dá outro... Subnicho aqui. Qual que é o outro subnicho?



Sarah Zomer Franco - 23:35

Poxa, difícil, né?



Rodrigo Faerman - 23:36

Não, não é não? Não é não?



Sarah Zomer Franco - 23:41

Eu não sei, eu não consigo trazer como palavras assim. Eu gosto assim, ok, mulheres executivas. O que eu quero entender? Mulheres que tenham predisposição de mudança? Mas claro que a gente não vai procurar exatamente por isso, entende?



Rodrigo Faerman - 23:55

Buscando transição de carreira ou o quê? Que tipo de mudança?



Sarah Zomer Franco - 24:02

Eu acho que não é bem uma transição de carreira, quem sabe? Eu gostaria de ajudar a potencializar aquilo que a mulher tem de melhor. A ela realmente desbloquear, limpar aquele quatinho da bagunça e desbloquear tudo que ela tem de trava.



Rodrigo Faerman - 24:19

Tá, mas em relação a quê? Tá muito amplo, entende?



Sarah Zomer Franco - 24:22

Aos próprios sabotadores dela, aos próprios criticidados dela.



Rodrigo Faerman - 24:27

Tá, mas daí o teu trabalho é voltado para o autoconhecimento. Para que é o teu trabalho?



Sarah Zomer Franco - 24:34

Ele é autoconhecimento, tanto na parte emocional quanto profissional e também para a parte de consultoria de imagem. Então ele é autoconhecimento em qualquer uma das fases.



Rodrigo Faerman - 24:45

Tá, ele não é de negócio, é de autoconhecimento.



Sarah Zomer Franco - 24:54

Ele é mais para autoconhecimento.



Rodrigo Faerman - 24:55

Vamos usar os termos, os três. Quais são as três áreas lá que todo mundo fala? Tem uma quarta que eu esqueci, que eu acho que é beleza, mas fala aí, Marcelo.



Marseau Franco - 25:05

Aqueles mercados lá maiores, que é o riqueza, relacionamento e saúde.



Rodrigo Faerman - 25:13

Qual que é o teu mercado?



Sarah Zomer Franco - 25:19

O meu entra para... Eita.



Marseau Franco - 25:21

Pensa assim, o que é o teu... Ele pode ser o que você escolher. Isso vai formar o teu posicionamento, entendeu? Por exemplo, o teu trabalho pode ser com líderes executivas e você vai trabalhar o relacionamento dela com o homem, por exemplo, dentro do trabalho. Isso é uma coisa. Você pode ser uma coisa de saúde mental porque você está ajudando a pessoa a destravar os bloqueios.



Rodrigo Faerman - 25:43

Eu sei disso.



Marseau Franco - 25:44

Então você escolhe. Você pode escolher o que você quiser para você derivar o que vai ser de fato o teu nicho em cima do que você quiser. Por exemplo, você pode falar de riqueza. Eu ajudo elas a destravar os negócios por meio da minha metodologia, por exemplo.



Rodrigo Faerman - 26:00

A gente já tem uma questão aqui que tem que escolher.



Sarah Zomer Franco - 26:04

Eu sei.



Rodrigo Faerman - 26:05

E assim, dá pra trabalhar mais de. Dá. Mas você tem que escolher, porque a mensagem, o nosso posicionamento, ele tem que ir nessa direção. Então, quando você me fala assim, se você fala assim, eu vou ajudar ela a fazer mais dinheiro, maravilha. Mas o que você vai fazer? Eu vou tirar os sabotadores que trazem...



Sarah Zomer Franco - 26:22

Não, não é só isso.



Rodrigo Faerman - 26:23

Entendi. Você tem que escolher dentro do programa, vai ter mais de uma área? Sim. Mas você não pode cair no lugar que, quando eu falar da Sarah, ou ela é uma que vai trazer a saúde mental para mulheres executivas, ou é uma que vai ajudar a destravar, vai destravar, vai liberar as travas mentais para a prosperidade financeira.



Rodrigo Faerman - 26:54

Tá?



Rodrigo Faerman - 26:57

Tá indo pra riqueza agora. Vai liberar as travas pra você conseguir crescer dentro do teu negócio, ganhar uma promoção dentro da sua empresa. Então, assim, essa escolha é importante. Mas o que eu quero dizer é que a gente... Tá vendo esse círculo? A gente tem que entrar mais dois, três círculos dentro desse círculo. A gente tem que estar... Isso aqui que é o subinichar. Né?



Rodrigo Faerman - 27:37

Você vai ter que falar.



Sarah Zomer Franco - 27:38

Eu acho que eu sairia de... É assim... Vai, vai. Eu acho que eu preferia trabalhar com mulheres empreendedoras, que têm o próprio negócio, que daí eu acho que vai além da mulher executiva, acredito eu, né?



Rodrigo Faerman - 27:51

Já gostei, tá? Então, é empreendedoras, eu jogo o feminino, daí já é empreendedoras. A gente vai trabalhar as mulheres, a não ser que se alguém se identifique de outra forma, mas tudo bem, isso.



Marseau Franco - 28:04

A gente não vai... Tem preconceito, né? É, acho que uma coisa que você pode pensar também, amor, acho que ajuda, é assim, qual é o problema dessa pessoa que você vai resolver? O sabotador é o como?



Sarah Zomer Franco - 28:18

Não, eu sei. O sabotador é o método que eu também estou aplicando dentro do atendimento. Ok.



Rodrigo Faerman - 28:24

Isso.



Marseau Franco - 28:24

Aí você vai resolver o que dessa pessoa, dessa empreendedora? Qual o problema que você escolhe? Qual que você quer resolver?



Sarah Zomer Franco - 28:31

Eu quero realmente destravar ela mentalmente para que ela adquira a riqueza, mas se destravar mentalmente, mas também quero melhorar ela fora. Quero entregar uma mulher pronta.



Rodrigo Faerman - 28:43

Eu vou dar uma lição para vocês é para escreverem tá é uma lista sem filtro destravar blá blá blá daí você vai falar outro vai fazer o que a gente quiser eu até compartilho o próprio miro se quiser fazer.



Rodrigo Faerman - 29:00

Aqui mesmo Eu não sei se o.



Rodrigo Faerman - 29:05

Teu Yahoo tem acesso, mas eu estou enviando.



Sarah Zomer Franco - 29:08

Qualquer coisa o Marçõ abre também, a gente faz por ali.



Rodrigo Faerman - 29:10

Eu já convidei para vocês aqui.



Rodrigo Faerman - 29:17

Eu não consigo, é paid live.



Marseau Franco - 29:20

É, deixa que a gente faz, eu... Tá, maravilha. A gente cria board aqui nosso.



Rodrigo Faerman - 29:26

A gente vai fazer aquessa paradinha aqui. Tá, eu não consigo nem convidar guest e é versão paga, que estranho. Tá, então, maravilha. Mas o que eu quero dizer é que é o seguinte, aqui, nessa aqui, você é a 500 mil, tá?



Sarah Zomer Franco - 29:43

Aham.



Rodrigo Faerman - 29:44

Nessa aqui, você é a... 25 mil. Nessa aqui, talvez você já seja a mil ou a 500. O que a gente quer é quanto mais específico for, mais você fica, você ganha destaque. Se você ficar em lugar muito genérico, você não vai conseguir competir com todo mundo, com toda essa mulher. Mas se eu colocar mentoria de Empreendedoras buscando destravar... Olha lá, e eu vou escrevendo no Google e ele vai...



Sarah Zomer Franco - 30:27

Ele vai buscando, aham.



Rodrigo Faerman - 30:29

Destravar o trabalho e a mente, sei lá.



Rodrigo Faerman - 30:36

Bom, ó...



Rodrigo Faerman - 30:42

Já começou, já deu uma lista diferente, o G4 caiu aqui, interessante. E aí a gente começa a ver. Porque empreendedores... Daí já começam a aparecer coisas bem específicas e talvez a gente entenda a potencial de alguma coisa, de pediatra empreendedora de sucesso. Deixa eu ver quem é. Mentoria para empreendedores. Nem sei quem é Marcela Brito.



Rodrigo Faerman - 31:12

Mas vamos clicar... Nunca ouvi falar também. Oi?



Sarah Zomer Franco - 31:15

Nunca ouvi falar também.



Rodrigo Faerman - 31:16

Tá?



Rodrigo Faerman - 31:17

Daí a gente faz o quê?



Rodrigo Faerman - 31:18

A gente abre.



Rodrigo Faerman - 31:21

Descubra a mentoria profissional que vai tornar protagonista de negócio próximo e te proporcionar uma vida mais feliz e leve.



Rodrigo Faerman - 31:29

Tá?



Rodrigo Faerman - 31:31

Olha lá, já tem alguma referência. Alexandra, olha, já tem uma logo bonita, mas a página tá meio... Meio verde.



Rodrigo Faerman - 31:42

Demais para mim, mas tudo bem.



Rodrigo Faerman - 31:46

Não está tão bonita, apesar da logo ser legal. Metamorfose e cursos. Não sei o que é, mas depois a gente vê. Então, aí é o nosso trabalho. A gente quer estar sempre... O nosso ideal é esse aqui, tá? A gente quer cair nesse lugar. Então, a gente vai ter que trabalhar e aí faz uma lista com essas paradinhas aqui, dessas palavras, porque já vai nos ajudar bastante.



Rodrigo Faerman - 32:13

Beleza?



Rodrigo Faerman - 32:16

Aí, eu vou mostrar pra vocês algo que eu fiz aqui. Baseado nas respostas que você teve, na conversa que você teve, tá? Tem bastante ouro. Eu tenho uma pasta compartilhada, que acho.



Rodrigo Faerman - 32:42

Que é essa aqui, deixa eu ver se é.



Rodrigo Faerman - 32:46

Eu compartilhei com vocês, tem uma pasta e eu vou colocar documentos que a gente compartilha ali, beleza?



Rodrigo Faerman - 32:55

Tá?



Rodrigo Faerman - 32:57

A pasta inteira está compartilhada e esse documento eu também compartilhei. Tu vai ter uma leitura boa aqui,

porque o que é isso? Você teve uma super conversa com a EIA, tá? E baseado nisso, eu fiz uma análise bem profunda de ti. E aí, o legal disso é que a gente começa a entrar num lugar baseado em como você respondeu, o que você respondeu. Eu faço uma análise que traz questões que estão no nível consciente.



Sarah Zomer Franco - 33:31

Ok.



Rodrigo Faerman - 33:32

Não sei se está grande, eu vou tentar deixar pouquinho maior aqui.



Sarah Zomer Franco - 33:35

Não, mas dá pra enxergar bem, Rodrigo.



Rodrigo Faerman - 33:37

Então, maravilha.



Rodrigo Faerman - 33:38

Então, ó, público-alvo, a quem quer ajudar, rotina desumana, vive uma vida que é de mais de 10 horas de trabalho, má alimentação, O sonho simples, o dia perfeito para eles. Então, falando pouco do público-alvo, coisas que você falou. Oferta, jornada de reestruturação de cinco meses, o que acontece em cada dos meses. O problemas que você disse resolver, você fala isso, descomplicar a vida das pessoas, principalmente na parte emocional, certo? Legal, só que olha só, parte emocional, não estamos falando de riqueza. Isso aqui, por exemplo, me remete com saúde, por exemplo, que daí a gente tem que ver. Depois vocês podem brincar nesse documento, fazer comentário, até recomendo. Fazer comentário aqui, falar, Rodrigo, faz tal coisa. Por quê? Porque daí a gente vai evoluindo. Ajudar pessoas a não ficarem doentes. Saúde é o que você falou. Ajudar as pessoas a identificarem seus padrões de comportamento.



Rodrigo Faerman - 34:43

Aprender a calar a boca do crítico. Não temos uma evidência tão forte nesse lugar aqui de riqueza. Não é ruim, não é bom, tá? A gente vê, tá? Crenças e valores que você trouxe, verdade, respeito, comportamento ético, gentileza, o que você repudia, tá? Março, isso aqui é ouro pra conteúdo.



Rodrigo Faerman - 35:09

Total.



Rodrigo Faerman - 35:11

Tá? Já decodificado aqui. Definição de sucesso atual. Isso que repudia, eu diria que ele é atemporal. Qualquer coisa que você fizer, são coisas que, independente do teu nicho, pra mim isso se conecta com tudo. Agora, definição de sucesso. Impacto no cliente. Extrair o melhor de cada pessoa, vê-las encontrar paz, tranquilidade, segurança e empoderamento. Aqui precisa o que? Só adjetivar pouquinho, extrair o melhor de cada pessoa para que ela possa viver a sua melhor vida profissional, por exemplo. Já levamos para uma questão profissional. Ou extrair o melhor de cada empreendedora para que ela alcance o sucesso dentro do seu negócio, para que ela construa negócio escalável. Daí a gente começa a direcionar usando a base daquilo que você está trazendo. Tá, inspirações no marido. Mentora, quem é a tua mentora?



Sarah Zomer Franco - 36:18

Não, meu mentor, ela eu acho que...



Rodrigo Faerman - 36:21

Pela dificuldade de interagir, doutor Sérgio.



Sarah Zomer Franco - 36:25

Eu adoro esse psiquiatra.



Rodrigo Faerman - 36:27

Mas olha que legal que eu comecei a trazer e depois a leitura pra você, a tarefa, pra vocês dois. Eu trago tanto questões semiconscientes e análises ocultas.



Sarah Zomer Franco - 36:39

Ok.



Rodrigo Faerman - 36:40

Então, coisas super poderosas no que você talvez não tenha falado também de forma tão clara, daí você valida. Então, olha, resiliência extrema. Óbvio que a gente entra em mais informações aqui, mas é algo que apareceu aqui muito forte, Teo, e que conecta mais emocionalmente. Porque numa narrativa com mulheres, a gente fala todos nós, mulheres empreendedoras, a gente tem uma resiliência absurda. Tenha que ter alguma história para contar e compartilhar de inspiração que talvez não é nem do profissional, mas que definiu quem você é. Pum, todo mundo levanta a mão.



Sarah Zomer Franco - 37:23

Exato.



Marseau Franco - 37:24

Ou eventualmente até ter essa habilidade, essa coisa tão inerente para ela pode provocar as empreendedoras que estão buscando desenvolver mais resiliência, por exemplo, e aí pode ser uma solução que ela oferece.



Rodrigo Faerman - 37:36

Perfeito, perfeito, maravilha. Ou a gente traz alguém que já se conecta ou a gente atrai alguém queira ter. Então a

Sarah se torna o ponto de referência para quem quer se tornar que nem ela. E autoconsciência, capacidade de ressignificação, super forte. Aqui já começa a trabalhar pouco o storytelling. E você vê, Março, que você viu, eu podia ter entrevistado a Sarah por três horas. Ela ficou lá conversando e aí sim eu mergulho na análise.



Rodrigo Faerman - 38:14

Sim.



Rodrigo Faerman - 38:14

Então a gente já consegue autoconsciência conquistada, separação e as dificuldades financeiras aforçaram processo de autoconhecimento que hoje é a base do seu trabalho. Crenças abandonadas, olha que poderoso. Nível oculto, aptidões não nomeadas, decodificadora de padrões humanos. Em todas suas histórias, ela demonstra uma capacidade inata de identificar a raiz emocional por trás de comportamentos e doenças. Ela não trata os sintomas, mas a causa. Isso é verdade?



Sarah Zomer Franco - 38:54

Sim.



Rodrigo Faerman - 38:55

Tá.



Rodrigo Faerman - 38:55

Isso já começa a ganhar pouquinho, cheiro de metodologia.



Sarah Zomer Franco - 39:00

Aham.



Rodrigo Faerman - 39:01

Olha que nome legal. Decodificadora de... A gente pode usar, eles têm uns nomes legais.



Sarah Zomer Franco - 39:06

Aham.



Rodrigo Faerman - 39:08

Essa habilidade é alimentada pela sua própria resiliência emocional, lealdade, senso de justiça e empatia. Pilares de sua força que ela projeta em seu trabalho. Arquiteta da paz interior, gostei também. E o objetivo não é a felicidade, que também é que ela considera uma ilusão, mas construiu estado de paz e segurança. Aí a gente entra, arquétipo do herói, Ó, públicos naturalmente atraídos, pessoas que já tentaram de tudo e estão cansadas de soluções superficiais. Olha que legal, já de mensagem, se você já tentou de tudo, tá, tá, tá, tá, tá, tá, tá, tá, tá, Eu vou ser a última pessoa que vai estar aqui pra te ajudar. A gente vai chegar na solução. Bom, essa é a última, né? Não se preocupa. A gente vai chegar no objetivo. Idos em crise existencial ou de barreira buscando sentido mais profundo.



Rodrigo Faerman - 40:10

Aqueles que sentem seus problemas emocionais estão se manifestando fisicamente. Faz sentido até aqui?



Sarah Zomer Franco - 40:19

Sim, bastante.



Rodrigo Faerman - 40:20

Necessidade oculta. Construir mundo com mais respeito. Sua admiração pela cultura coreana revela desejo profundo de ver as qualidades refletidas no mundo. Conta mais sobre isso.



Sarah Zomer Franco - 40:36

Eu e o Márcio, a gente costuma ver, até nunca fomos para lá, mas a gente gosta de ver alguns seriados e a forma de respeito e admiração que trata o outro É impressionante.



Marseau Franco - 40:50

Não naqueles Round 6 da vida, mas principalmente tem uns que são reality shows. Como a gente gosta muito de esporte, eles têm alguns reality shows de esporte dos coreanos.



Sarah Zomer Franco - 41:04

De comida também.



Marseau Franco - 41:06

É impressionante. A forma como eles se tratam realmente chama bastante atenção. É bem interessante.



Rodrigo Faerman - 41:13

Maravilhoso. E olha só, aqui a gente começa a entrar, então vamos lá, esse processo que a Sarah respondeu aqui, esse agente, eu criei por eu não vou poder falar quem é, mas é uma pessoa, a gente criou esse produto que ele está vendendo por 30 mil, isso que a Sarah está fazendo, fez aqui comigo. Só isso, só isso. A gente faz análise, faz negócio mais graficamente bonito e tal, e fazemos uma análise, tem todo processo ali que dura mês, mas a base, diria 70% do que é, é isso que a gente analisou aqui. É animal, é animal.



Sarah Zomer Franco - 42:03

É impressionante a ferramenta mesmo.



Rodrigo Faerman - 42:05

Eu tenho usado com os meus clientes, mas a gente não abre muito porque é algo que a gente... Inclusive a base, eu mudei muita coisa também, mas a base da narrativa está aqui. Mas aqui a gente começa a encontrar o quê? Possibilidades aqui de áreas que a gente pode explorar. A causa da Dora Missão Ela organizou o cortinho da bagunça na própria mente, por ter encontrado a sua saída, acredita genuinamente que pode guiar outros a fazerem o mesmo. A tua dor virou a tua cura. E a tua cura virou o teu movimento. Olha que legal.



Sarah Zomer Franco - 42:44

Total.



Rodrigo Faerman - 42:45

Isso aqui já é narrativa pura. Então, você está lutando contra o quê? Contra a superficialidade, contra a autossabotagem, contra a cultura do julgamento, Né? Conta a cultura da esperteza.



Rodrigo Faerman - 43:00

Sim?



Sarah Zomer Franco - 43:03

Sim.



Rodrigo Faerman - 43:05

Né?



Rodrigo Faerman - 43:05

O teu legado. Olha que foda. Animal. Então, eu vou deixar aqui, tem algumas coisas no final, essa parte de hipóteses estratégicas para validação. Vocês podem, literalmente, chegar e falar assim, cara, pega isso aqui, discórdia. Você vai dar highlight aqui.



Rodrigo Faerman - 43:29

Deixa eu abrir só para aparecer. Pronto.



Rodrigo Faerman - 43:32

Você aperta aqui e vai falar, Rodrigo. Discordo disso, concordo com isso. Deixa eu ver que conta eu tô... Não, tá certinho a minha conta, tá? Discordo disso, quero saber mais... Bom, tá? Porque daí a gente vai... Isso não é para o próximo... Enquanto vocês forem fazendo, a gente já vai conversando dentro desse documento. Para ver o que faz ou não sentido. Por quê? Porque assim que a gente for validando, eu consigo depois pegar tudo isso e alimentar esse sisteminha que eu tenho aqui criado para a gente começar a produzir juntos a nossa narrativa. Tem uma parada que talvez vai ser a base daquilo que eu acredito e que vocês conhecem o Golden Circle do Simon Sinek, sim? O que é o Círculo Dourado? Você conhece, Sara, o Círculo Dourado?



Sarah Zomer Franco - 44:37

Eu já ouvi falar, mas eu não sei o que é.



Rodrigo Faerman - 44:39

O Círculo Dourado, nada mais é, que é conceito que esse cara, o Simon Sinek, ele desenvolveu ao longo dos anos, que é mais ou menos isso.



Rodrigo Faerman - 44:55

Vamos pintar ele de dourado, aparentemente. Aqui, vamos fazer só mais. Aqui, tá?



Rodrigo Faerman - 45:13

E aí ele começou a entender esse cara que é a... Deixa eu só.



Rodrigo Faerman - 45:19

Aumentar aqui pra ficar mais legal. Pronto. O quê?



Rodrigo Faerman - 45:25

Ele começou a entender que é o seguinte, a grande, a maior parte das empresas trabalha aqui. O que é o quê? São os produtos e serviços. Qual é o meu produto, qual é o meu serviço? Aí, no momento que eu defino produto e serviço, eu defino como eu vou fazer isso. Como eu vou produzir? Então, a Tesla ela vai, ela produz carro, tá? Como ela faz? Ela tem uma linha de produção que funciona assim que na China, nos Estados Unidos, eu não sei aonde, tá? E daí tem toda a metodologia, os canais de produção, etc. E aí, Por último, ele chama, eu vou colocar em inglês, tá? Depois eu explico o porquê. É o Why. Então é o What, o How e o Why. É em inglês.



Rodrigo Faerman - 46:28

E aí o Simon Sinek, ele falou assim, cara, todas as grandes empresas, elas sempre produziram assim as coisas. Elas definem produto, né? Elas definem esse cara aqui. Aí depois elas definem o como e depois elas definem o porquê. Só que ele começou a perceber que, ao longo dos anos, aconteceu negócio muito interessante. Houve uma inversão. Elas começaram a definir, antes de tudo, o porquê delas. E isso começou a ganhar destaque. Eu vou te dar exemplo. Quando você pega a Apple e a Samsung, elas produzem o quê?



Sarah Zomer Franco - 47:14

Eletrônico.



Rodrigo Faerman - 47:15

Celular, certo? Você já viu a... Quando lançaram o iPhone inicialmente, a galera faz fila, tem uma procura grande?



Sarah Zomer Franco - 47:29

Tem.



Rodrigo Faerman - 47:30

E o da Samsung?



Rodrigo Faerman - 47:31

Não. Tá.



Rodrigo Faerman - 47:33

E aí você começa a entender que a Apple e a Samsung, elas não podiam ser mais diferentes, né? Porque a Samsung, ela faz A Samsung desenvolve baseado nesse modelo, enquanto a Apple desenvolve nesse. E a Apple, a Samsung tem clientes, não tem? A Apple tem clientes?



Rodrigo Faerman - 48:03

Não tem.



Marseau Franco - 48:06

Ela tem seguidores, né, no final das contas.



Rodrigo Faerman - 48:08

E fã.



Sarah Zomer Franco - 48:09

Verdade, verdade. Olha que interessante que a relação... Caraca, é verdade.



Rodrigo Faerman - 48:14

As duas vendem o mesmo produto, mas a relação com a marca é muito diferente.



Sarah Zomer Franco - 48:20

É muito diferente, exato.



Rodrigo Faerman - 48:22

Essa é a razão pela qual isso acontece. E é por isso que eu não tô tão preocupado. Tô olhando agora pro teu produto, a gente já tá olhando, tá? Eu quero que a gente tenha claro esse teu porquê, a transformação, o teu propósito. Esse é lugar muito mais poderoso, tá? E aí, tem outros elementos que não aparecem no Círculo Dourado, mas eu também trabalho, que é o quê? Não é só o pra quem. Não é só o pra quê, o porquê, o why, mas é o pra quem. Então a gente também tem que ter claro o pra quem que eu estou desenvolvendo tudo, que é o nosso público-alvo. Algumas pessoas tentaram evoluir esse pra quem e colocar talvez, às vezes, até antes do why. Eles têm assim, cara, antes definir, Mas não encaixa, então fica pouco assim meio paralelo, tá?



Rodrigo Faerman - 49:25

Mas o A e o pra quem, eles são talvez dois dos elementos mais importantes dentro dessa nossa equação.



Marseau Franco - 49:34

Talvez ele viria pouco antes do como, né? Porque aí você define para quem e isso define como você vai fazer, né?



Rodrigo Faerman - 49:40

Já tentaram encaixar, mas tudo bem, tá? A gente não... Aqui a gente tá olhando de forma talvez pouquinho mais interna e talvez pode ser a última também, ou é depois do como, né? Talvez seja depois do como, mas não importa, tá? A gente vai... Aí tem outros pontos que eu gosto de trabalhar, que vocês vão ver, que é... Já ouviu falar daqueles termos visão e o quê?



Marseau Franco - 50:09

Missão.



Rodrigo Faerman - 50:10

Missão e visão, tá? O que é visão e o que é missão, Março?



Marseau Franco - 50:18

A missão é a razão de existir e a visão é quase que o norte, é pra onde você quer ir, né? Pra onde você vai levar aquilo que você tá construindo, né?



Rodrigo Faerman - 50:31

Tá.



Rodrigo Faerman - 50:33

Sim, e ainda fica, às vezes, fica pouco ampla. A maneira como é, e a gente pode testar, tá? Vão ter interpretações, mas eu uso isso já há uns 10 anos, e pra mim, eu tento trazer pra maneira mais simples, tá? Pra mim, visão é quem eu sou, tá? E missão é o que eu faço. Se eu conseguir falar, lembra que eu falei a minha transformação, eu ajudo a transformar o meu guardinho, eu ajudo a transformar os quartinhos e as bagunças mentais das minhas clientes em quartos de troféus e os seus negócios, sei lá. Daí começa a ficar interessante. Então, esses são todos os pontos que nós vamos estar trabalhando juntos aqui, tá? Tudo isso.



Rodrigo Faerman - 51:26

E a ordem, a gente não vai focar tanto no produto, vai ser esse visão, o missão vai acontecer invariavelmente, o pra quem e o why, o pra quem, o pra quê ou por quê. Esse aqui é o nosso primeiro passo. Eu diria o ICP é o segundo passo, então quem eu sou, para que eu existo, qual é a transformação e quem eu sou, esse é o primeiro passo. Depois a gente vai mergulhar no para quem, é o público-alvo, e daí depois a gente começa a desenvolver todo o resto. Então até seguindo essa ordem é pouco até o que o Marcio falou, talvez o para quem vai vir logo depois entre o como e o porquê. Vamos colocar ele aqui para o nosso caso, daí depois a gente vai testando e ver aonde esse negócio vai parar, mas por enquanto dá para colocar aqui.



Rodrigo Faerman - 52:29

Vou tentar colocar ele para trás aqui.



Rodrigo Faerman - 52:34

Tem muita coisa aparecendo, mas eu vou deixar bonitinho.



Rodrigo Faerman - 52:39

Sendo backwards então vou trazer esse pra cima que eu acho que vai ser mais fácil e esse pra cima pronto esse aqui tem alguma palavra que está sobrando aqui Tá, tá bom, tá, depois arrumamos.



Rodrigo Faerman - 53:16

Então aqui uma explicação mais geral conectando todos os pontos. Legal? Temos já lições de casa, a gente tem aquela leitura, a gente tem a nossa listinha e tem esse entendimento aqui desse subnicho aqui para a gente conseguir chegar num lugar mais poderoso e a escolha da tua área. Eu tendencialmente, assim, eu gosto de

saúde, pode ser se você se conectar, mas daí a gente vai ter que focar nesse lugar. Normalmente dinheiro e saúde são fortes, todos eles são fortes, os três são fortes, os três podem funcionar.



Rodrigo Faerman - 54:08

Fechado.



Rodrigo Faerman - 54:11

E aí a gente tem último ponto. Tem muita coisa tá mas eu não vou dar tudo isso para gente conseguir evoluir devagarzinho e da maneira como eu tô vendo que o Marcelo tá colocando gás aí a gente durante a semana conseguimos ir nos ajustando tá mas olha só eu tenho dentro de uma né dos pontos que a gente já vai chegar logo vai ser a nossa metodologia uma metodologia que eu uso que eu desenvolvi dentro da empresa, a gente chama de DNA. Me fala se dá pra ver?



Sarah Zomer Franco - 54:52

Dá.



Rodrigo Faerman - 54:53

Esse DNA, ele é composto por três macro-áreas. O discovery, que é descoberta, e o diagnóstico, que é muito o que a gente tá fazendo agora. A gente tem uma fase de North, que é a construção de narrativa, a definição do Norte, que é para onde a gente está indo. E a última é o Acceleration. Então, o DNA está aqui, o D, o N e o A. E o Acceleration é como a gente expressa a nossa forma de expressão. Vendas, aqui é o posicionamento total para fora. E, se vocês olharem, cada uma dessas macro-áreas tem vários segmentos. Então, a gente tem a missão, a visão, o método, o público-alvo, que é tudo que eu estou falando agora com vocês. É o início dos produtos atuais, diferenciais, valores. Isso aqui é tudo a composição dessa primeira fase que a gente está trabalhando agora.



Rodrigo Faerman - 55:58

Depois a gente começa a trabalhar objetivos, metas, SWOT análises, tem algumas coisas que não se aplicam quando é uma empresa maior, mas as funções de cada o modelo de negócio, são coisas que aqui definem como a gente vai evoluir com esses produtos e serviços que a gente está oferecendo. E aí, por último, é esse posicionamento total já num lugar de vendas, tá? Então, como a gente conta essa história da empresa, a tua história, a personalidade da marca, slogan, pitch, posicionamento, branding, isso aqui é a forma de expressão. É método super prático, tá? Isso aqui não tem enrolation, ele é direto.



Rodrigo Faerman - 56:38

E dentro disso, eu tinha feito... Deixa.



Rodrigo Faerman - 56:43

Eu ver se eu já tinha exportado.



Rodrigo Faerman - 56:47

Vamos ver se eu tenho aqui, se não eu abro.



Rodrigo Faerman - 56:51

Eu fiz uma análise.



Rodrigo Faerman - 56:57

Aqui, DNA. Maravilha. Deixa eu abrir no Obsidian, porque daí ele vai ficar mais bonitinho aqui. E.



Rodrigo Faerman - 57:24

Essa foi uma análise baseada no que a gente tem até agora, então ela ainda vai evoluir. No worries, não se preocupem. Mas tem coisas, já baseado nas suas respostas, eu já integrei algumas das respostas aqui e tem muita coisa legal, muita coisa mesmo.



Rodrigo Faerman - 57:48

Então, olha só.



Rodrigo Faerman - 57:51

Dá para ver? Então, aqui eu já tenho alguns elementos que já estão bem claros, baseado na análise que a gente já fez, tá? Então, pimenta, eu publico álbum, apesar que você me trouxe já algumas coisas novas. O método, eu já consegui tirar algumas coisas só das nossas conversas. Produtos, ainda temos uma evolução aqui, mas vocês já estão colocando em ação, então a gente já vai. Alguns diferenciais que eu achei animais, já coloquei aqui. Os valores muito fortes, muito profundos, então tem coisas aqui que já estamos com lição feita. Principalmente nessa fase de diagnóstico, tá? Em relação à fase 2 e 3, a gente ainda tem algumas áreas a serem melhoradas, áreas que eu vou excluir, inclusive, da análise, departamentos não vai entrar, funções pouco vai, porque eu preciso entender o papel de cada de vocês para a gente conseguir escalar, tá?



Rodrigo Faerman - 58:58

Modelo de negócio também precisa. E aí essa última parte daí eu também já não esperava uma coisa super forte porque a gente ainda não entrou, mas dentro da análise de personalidade dessa marca... A gente já tem muita coisa legal que dá para extrair, tá? Mas eu vou alterar isso, por quê? Porque esse storytelling aqui, ele vai depender muito da direção que a gente escolher das áreas, tá? Se for para saúde, vai ser posicionamento pouquinho diferente.



Rodrigo Faerman - 59:33

E o teu posicionamento vai ter que ser diferente, ele vai ter que ir totalmente e normalmente a saúde é pouco menos tangível, ela é mais a minha percepção, é menos quantificável, então dentro da metodologia eu vou ter que fazer convite para você para a gente tentar quantificar o máximo Porque normalmente as pessoas com quem eu já trabalhei conectadas com a saúde, elas falam, eu estou me sentindo melhor. É isso. Mas assim, me dê evidências. Me dê uma nota. Tá 9, porque eu não entendi. Mas entende?



Sarah Zomer Franco - 01:00:12

Não entendi. Eu acho engraçado porque às vezes me dão esse relato, tá bem ou não tá, né?



Rodrigo Faerman - 01:00:20

Então, e é muito na percepção, não é ruim, mas assim, quanto mais quantificar melhor. Quando a gente fala de financeiro, aí é mais fácil.



Sarah Zomer Franco - 01:00:34

Exato, sim, concordo.



Rodrigo Faerman - 01:00:36

Não que a gente queira, mas é fácil, tá?



Sarah Zomer Franco - 01:00:42

Vejo aqui a dor, mas eu acho que sim, se colocam a riqueza como venda, claro, vou tratar a parte emocional ali e tudo mais, mas seguindo uma estratégia de riqueza, acredito que com certeza vai vender muito mais.



Rodrigo Faerman - 01:00:57

Sim, eu acho, mas assim, A gente tem que... Você tem que seguir também a estratégia do teu coração, tá?



Sarah Zomer Franco - 01:01:05

Não adianta ficar no lugar estratégico.



Marseau Franco - 01:01:08

E tem que pensar também que assim, quando a gente quantifica a riqueza, você vai falar assim, tipo, pô, eu vou ajudar você a duplicar o seu faturamento na tua empresa. É isso que a pessoa vai buscar como resultado, né? Depois a gente tem que ver como é que a gente vai conseguir validar que isso de fato aconteceu, porque aí o KPI passa a ser isso, né? No final das contas, né?



Rodrigo Faerman - 01:01:26

Exato, mas tem aí uma questão. Duplicar... Dobrar, eu não sei quanto ele ganha hoje.



Sarah Zomer Franco - 01:01:34

É isso que gera uma certa dúvida.



Rodrigo Faerman - 01:01:38

Então, a gente vai ter que, escolhendo o nicho, isso às vezes, o sub-nicho, isso se define de forma relativamente rápida. Eu, por exemplo, hoje poderia estar prometendo, eu não tenho isso em pitch, mas eu poderia estar falando fature 100 mil em dois meses, três meses, é algo factível. Uma cliente minha, primeiro mês ela já está com 120 mil, primeiro mês de mentoria. A minha outra cliente, ela está com 80. Em dois meses, e não tá faturando nada. Então assim, não é via de regra, mas é o perfil que eu tô, eu não tô atraindo quem tá faturando milhão pra faturar dois. Não é o meu perfil agora. Mas com vocês eu acho que a gente vai chegar num número bem legal.



Sarah Zomer Franco - 01:02:38

Não, vamos sim. Isso eu não tenho dúvida.



Rodrigo Faerman - 01:02:42

Mas entende? Mas aí eu não tô falando assim, eu poderia falar dobre o teu triplique, duplique o teu faturamento, eu poderia eventualmente estar nesse lugar. Mas aí a gente vai ter que entender o público exato, né?



Rodrigo Faerman - 01:02:57

Sim.



Rodrigo Faerman - 01:02:58

Quem é o público, o nosso público, o nosso público-alvo.



Sarah Zomer Franco - 01:03:02

Isso tem que estar bem definido.



Rodrigo Faerman - 01:03:04

É, porque empreendedoras, olha o que acontece, eu gosto de empreendedoras, só que empreendedora, a moça da limpeza de casa está começando a vender negocinho pela internet, ela é empreendedora. Ela não vai pagar, entende? Então tem uma qualidade maior que a gente vai ter que especificar.



Sarah Zomer Franco - 01:03:29

Exato.



Rodrigo Faerman - 01:03:30

Uma empreendedora com X anos já atuando, vendendo seus serviços de forma online, já faturando na casa do X mil, mas travou o faturamento, aí a gente começa a chegar mais próximo de como essa comunicação vai estar rolando. Isso aqui eu não ia te mostrar, porque assim, eu acho que é muita informação, tá? Mas essa análise, ela já traz, o que eu gosto dela, é que ela já me traz alguns gaps. Então, execução, estratégia, invisibilidade de mercado, né? Então, assim, parte das tarefas que eu ia te dar também, Sarah, é você pegar o teu WhatsApp, e começar a identificar, coloca uma etiqueta, impossíveis em prospects que a gente poderia ter, você já tem isso?



Sarah Zomer Franco - 01:04:30

Então, dentro dessa comunidade, eu já atendi uma, já fiz o trabalho completo com uma, e estou atendendo mais duas. Só que são 60 mulheres dentro da comunidade, eu só atendi três, então ali tem mais 57, e eu posso encaminhar ali, já tenho uma comunidade, eu tenho uma comunidade de uma academia que eu treinava também, a gente tem grupo que de vez em quando as meninas se encontram, ali também dá para conseguir cliente. Dentro do meu próprio WhatsApp eu consigo ainda pessoas, eu vou me encontrar com outras pessoas assim que a gente voltar de viagem lá de São Paulo. Uma delas é uma corretora de imóveis e a outra trabalha com personal organizer. Então elas conhecem bastante gente na cidade também que eu posso, quem sabe, entrar num grupo. Eu estou buscando formas diferentes e grupos diferentes também.



Rodrigo Faerman - 01:05:20

Tá, o que eu preciso nesse momento? Só adiciona etiqueta. Tá tá porque daí na hora que a gente for enviar a gente tem e talvez se você quiser diferenciar grupo do outro uma pessoa da outra então uma porque assim a galera da academia não vai ser o mesmo perfil E aí diferencia por quê? Porque o produto, o agende comigo, fale comigo é o mesmo, mas o empacotamento dessa mensagem vai ser personalizado. De qualquer forma, você junto com o Marçal fala, cara eu tenho esse segmento, tenho esse, maravilha. Definimos três segmentos, são três mensagens iniciais que vão levar todo mundo a clicar e agendar.



Marseau Franco - 01:06:09

E uma coisa também que eu estava discutindo com ela, Rodrigo, que é... Ela tem feeling de quem valeria a pena abordar ou não, mas pensando que ela já construiu uma carteira de clientes na consultoria de imagem, trazer essas pessoas com uma evolução, falar, pô, você que já teve, porque aí também tem aquela questão de... Ali não é lead, é uma pessoa que já foi cliente dela.



Rodrigo Faerman - 01:06:31

É maravilhoso. Maravilhoso.



Marseau Franco - 01:06:33

E aí, eventualmente, a gente consegue dar uma clareza maior de que ela deu esse novo passo, ela evoluiu na metodologia dela. Então, para quem já fez a metodologia de consultoria de imagem, ela poderia também embarcar nessa nova jornada.



Rodrigo Faerman - 01:06:46

Maravilhoso. Maravilhoso. Acho genial isso que você trouxe. Então, identificar... Você tem algum lugar organizado com essa listagem de coisas?



Sarah Zomer Franco - 01:06:58

No telefone não, mas eu sei quem eu atendi, que eu tenho isso arquivado ainda até hoje.



Rodrigo Faerman - 01:07:06

Conseguimos dar uma olhada nisso, Março, para a gente ter compartilhado? Seria interessante a gente começar a listar esses nomes?



Marseau Franco - 01:07:17

Eu vou sentar com ela para a gente mapear isso. E aí eu subo Google Docs, Google Sheets, uma planilhinha para a gente poder ir comunicando de forma assíncrona. E aí, eventualmente, na próxima prova a gente já tem algum trabalho já evoluído em cima disso.



Rodrigo Faerman - 01:07:36

Tá. Tá bom.



Rodrigo Faerman - 01:07:38

Maravilha. Bora fazer isso, tá? É isso. Por hoje, é isso, tá? Tá animal a evolução. A gente tá subindo escadinha, você já testou. O mais importante, Sarah, é assim, não ficar esperando pra testar. Tu já testou, tá? E aí, a gente tem que evoluir. É importante a gente escrever. Então, Março, fica à vontade vocês dois de compartilharem no WhatsApp, ó, chegamos aqui, ou a gente cria Google Docs lá na pasta compartilhada mesmo, com as nossas certezas, talvez seja documento legal, o que a gente já sabe.



Rodrigo Faerman - 01:08:16

E aí eu vou estruturando ele junto com vocês, a gente pode bolar quem eu sou, o que eu faço, produto, ICP, a gente vai construindo ali, eu tô construindo ele separadamente, mas não tem problema nenhum de eu fazer copo e cola para vocês irem acompanhando, porque é processo, o nosso processo específico, ele vai acontecer nessa construção a seis mãos mesmo Tá?



Rodrigo Faerman - 01:08:39

Fechado, fechado.



Rodrigo Faerman - 01:08:41

E aí, Março, tá pouco corrido, mas talvez logo depois da viagem, aí eu tenho os encontros contigo.



Marseau Franco - 01:08:49

Tá bom.



Rodrigo Faerman - 01:08:50

Onde a gente vai começar essa jornada também aí pra tu... Vai ser bem legal porque a gente já vai ter evoluído pouquinho com a Sarah, e aí você vai entender as coisas que eu tô construindo e acho que vai ter uma boa aderência. Com esse projeto e com outros projetos eventualmente.



Rodrigo Faerman - 01:09:09

Fechadíssimo. Maravilha.



Rodrigo Faerman - 01:09:13

Como estamos aqui? O que está fazendo sentido? O que não tem? Ficou mais leve? Ficou mais complicado? Ficou mais confuso? Me digam aí.



Sarah Zomer Franco - 01:09:23

Não é confuso. Eu acho que essa questão de eu conseguir identificar realmente quem é meu público e especificar bem direitinho para não cair em algo muito vago, eu acho que mais preciso, eu acho que isso ainda está me gerando uma certa confusão. Até na hora, a gente conversando aqui, de tá, mas onde é que você quer chegar? Mas o que você quer fazer? Assim, isso ainda me gera certo atrito, conflito interno.



Rodrigo Faerman - 01:09:54

Mas onde está esse conflito?



Sarah Zomer Franco - 01:09:58

Para que lado eu quero seguir? Porque tem ali nicho, né? Relacionamento, saúde e riqueza, né?



Rodrigo Faerman - 01:10:05

Tem mais.



Marseau Franco - 01:10:07

Relacionamento, riqueza e saúde são os principais, dá pra derivar em cima dele.



Sarah Zomer Franco - 01:10:11

Mas tem beleza também, acredito eu, né? Então tem... Que também entraria, se fosse pensar no meu trabalho, também entraria a questão de beleza, que é o final da consultoria de imagem, então isso ainda tá pouco confuso.



Rodrigo Faerman - 01:10:24

Tá.



Sarah Zomer Franco - 01:10:25

Mas eu sei que eu tenho que agora me concentrar para saber exatamente para que lado seguir. Você falou mais ou menos os dois nichos, né? A gente tem que colocar essas duas...



Rodrigo Faerman - 01:10:36

Podemos pegar três, assim. Eu não quero filtrar, mas eu só não quero cair num garato em muitos.



Rodrigo Faerman - 01:10:41

É, também não.



Rodrigo Faerman - 01:10:42

Você tem que fazer filtro e o ator já vai estar crítico. O Março me representando assim, a gente também não abre muito. Mas eu não quero que você elimine Nada assim crítico. Estou na dúvida desses dois. Vamos testar. Mas a gente vai ter que fazer escolhas. Uma das primeiras coisas que o Marçal falou hoje, e é 100% justo, a gente vai ter que aprender a falar não. Isso vai ser necessário nesse nosso processo. Falar não para alguns grupos.



Rodrigo Faerman - 01:11:14

Está bem?



Sarah Zomer Franco - 01:11:15

Está bem, claro.



Rodrigo Faerman - 01:11:17

Fala aí, Marçal.



Marseau Franco - 01:11:20

Eu tava com pouco de receio, porque... Já matou o receio, tá? Mas eu tava com pouco de receio de como seria esse nosso papo, porque eu até tava conversando com a Sarah sobre alguns exercícios que eu queria.



Rodrigo Faerman - 01:11:34

Fazer com ela, tá bom?



Marseau Franco - 01:11:35

E tá exatamente alinhado com o que você trouxe hoje, que é o seguinte... Antes, a gente tomou café logo depois do almoço, antes de entrar aqui no call, eu estava falando assim, a gente tem que pensar, beleza, você vai atender mulheres executivas, qual o problema delas que você vai resolver? Porque aí a gente começa a trabalhar em qual é a solução que a gente vai vender para aquele determinado grupo. E aí o Kiki ficou muito claro pra mim, a gente não tem que ter uma resposta, talvez a gente tem que fazer exatamente o que você sugeriu, que é o exercício de escrever. Escreve, escreve, vai botando pra fora. Depende, quando a gente tiver uma lista, vai ficar mais claro pra gente o que tem apelo mais legal, o que vai talvez trazer engajamento maior das pessoas que vão ler aquilo.



Marseau Franco - 01:12:16

Talvez, acho que o que eu estava pensando em fazer com ela está muito aliado com o que você sugeriu, e essa ideia de você falar de provar, vai escrevendo, acho que vai ajudar a gente a ter bastante material para a gente selecionar em cima daquilo, ao passo que hoje está muito a questão de, vamos definir qual que é a resposta certa para essa pergunta, ou qual que é a resposta única para essa pergunta.



Rodrigo Faerman - 01:12:35

A gente tem uma ansiedade de resolver as coisas, tá? E eu trabalhei muitos anos com design thinking, tá? Dentro do design thinking, a gente tem aquele conceito do diamante duplo. Já ouviu falar?



Rodrigo Faerman - 01:12:47

Double diamond.



Rodrigo Faerman - 01:12:48

Depois você procura. Double diamond, tá? E esse é conceito que, literalmente, o que eu estou falando para vocês fazerem tem a ver com isso. Tem algum livro aí disso?



Marseau Franco - 01:13:02

Cara, eu vi ele hoje de manhã.



Rodrigo Faerman - 01:13:04

Eu esqueci que eu tinha ele.



Marseau Franco - 01:13:06

Eu tenho livro que chama... Isto é Design Thinking Services, é o nome do livro.



Rodrigo Faerman - 01:13:11

Procura o diamante duplo, o Double Diamond, tá?



Rodrigo Faerman - 01:13:15

Tá bom.



Rodrigo Faerman - 01:13:16

Mas esse diamante duplo, o conceito é o seguinte, você não vai tentar resolver ou saber com essa atividade de uma vez. O diamante duplo, ele funciona da seguinte forma, primeiro a gente... Cria muitas divergências para depois convergir. Daí, quando a gente chega nessa convergência, a gente diverge novamente. Então, primeiro na divergência de problemas, depois converge e chega em uma essência. Daí, desses poucos problemas que a gente convergiu, a gente gera muitas soluções e depois converge em uma solução. Então, ele é processo bem estruturado que vai ajudar a gente a chegar nesse resultado. O nosso maior erro é tentar já resolver de uma vez. Qual é o maior problema? Não faz isso. Lista todos os problemas. De qual nicho? Dos três. Dos três. Olha só, porque, Marçon, na hora que você faz isso, uma coisa interessante pode acontecer.



Rodrigo Faerman - 01:14:27

Na hora que eu faço uma listagem de monte de problemas de nichos diferentes, totalmente diferentes, é possível que eles tenham problemas em comum. Que se você olhasse e falasse esse é o problema, não é, mas aí quando você começa, opa, olha só de que interessante, esses dois, três nichos têm problema igual, tem alguma coisinha diferente, mas o problema na essência é igual. E aí muitas vezes, não estou falando que é sempre, é possível a gente falar, vamos abraçar então esses dois e não focar necessariamente no nicho, mas focar nos problemas. E aí de repente eu abraço, Ao invés de eu falar, sei lá, digamos que eu entenda que as empreendedoras e as executivas de negócios, digamos que a gente escolha o ramo de saúde, tá? Não de estruturação de negócio. Gente, saúde.



Rodrigo Faerman - 01:15:26

E se elas tiverem sintomas de problemas e problemas parecidos, de burnout, de stress, executivas e empreendedoras? Daí, de repente, eu consigo abraçar, ó, você que trabalha numa empresa ou empreende no seu próprio negócio, você tá passando por uma fase de burnout, eu posso te ajudar. Então, de repente, tem maneiras da gente integrar que a gente não faria se a gente não seguisse esse processo mais estruturado em fases.



Rodrigo Faerman - 01:15:58

Combinado.



Marseau Franco - 01:16:01

Maravilha. Descobrir, definir, desenvolver, entregar, né?



Rodrigo Faerman - 01:16:04

É isso, certo.



Rodrigo Faerman - 01:16:05

Encontrou o Damon Lyman?



Rodrigo Faerman - 01:16:07

Tem aqui no livro, depois a gente vai ver. Fechou, fechou, boa.



Rodrigo Faerman - 01:16:12

Maravilha.



Marseau Franco - 01:16:13

Bom, muito bom.



Rodrigo Faerman - 01:16:14

Maravilha, tá? Estamos trazendo muita... Olha, se alguém assistisse as nossas conversas ia achar que a gente é louco de estar falando de tanta coisa em tão pouco tempo. Não, é sério.



Sarah Zomer Franco - 01:16:25

É bastante informação. É, mas a gente está querendo abraçar... Negócio e fazer acontecer, fazer dar certo e por bom período, né? Por bom espaço de tempo, né?



Marseau Franco - 01:16:37

Você lembra que eu te falei, né, Rodrigo, no Deca, né? Eu falei, cara, tomamos a decisão de all-in nisso, né? Tanto eu quanto ela, puta, neguei todas as coisas que eu tava olhando de proposta de trabalho pra dedicar totalmente pra isso. Acho que a Sara também está sentindo cada vez mais confiante, esses exercícios que ela fez no fim de semana ajudou muito, então ela já está numa cabeça muito mais de ir testar, ir ver e validar, então acho que isso vai ajudar também ela ter uma mente mais aberta na hora da gente fazer esses exercícios de cocriação para a gente conseguir botar as coisas no papel e ter pouco mais clareza de que são os próximos passos, mas estamos super alinhados e animados.



Rodrigo Faerman - 01:17:15

Maravilhoso, maravilhoso.



Sarah Zomer Franco - 01:17:16

É matar a bola no peito e chutar para o gol, e foda-se embora.



Rodrigo Faerman - 01:17:21

Dá em 0 a 10 como a gente sai aqui hoje?



Sarah Zomer Franco - 01:17:25

Dez.



Rodrigo Faerman - 01:17:26

Dez, dez.



Rodrigo Faerman - 01:17:28

Pode não ser, tá? Não sinto se pressionar.



Sarah Zomer Franco - 01:17:31

Não, foi dez.



Rodrigo Faerman - 01:17:35

Tá, muito bom.



Rodrigo Faerman - 01:17:36

Tamo indo rápido, tá? Tamo indo bem rápido. Eu tô, eu tô bem feliz, bem confortável, bem tranquilo, tá? Acho que tranquilo talvez seja exagero, mas eu tô bem confortável.



Sarah Zomer Franco - 01:17:48

Eu ia falar...



Marseau Franco - 01:17:49

Mas acho que o Rodrigo até, isso é ponto legal, como você já fez esse trabalho com várias outras pessoas e já entende pouco o que é o timing das coisas, também fica super a vontade de falar assim, acho que a gente tá dando passo além, acho que pra gente segurar, do nosso lado a gente tem todo o ânimo de botar as coisas para rodar, mas também ao mesmo tempo não adianta a gente botar a carruagem na frente dos bois e dar tiro no pé no final das contas, então acho que você vai ajudar muito a ter esse termômetro para gente de alguma maneira.



Rodrigo Faerman - 01:18:22

Vocês têm esse ímpeto e eu estou integrando ele no processo, a gente está pouco mais acelerado, mas ao mesmo tempo você tá dando esse suporte para Sarah, é importante vocês dois estarem se equilibrando, né?



Sarah Zomer Franco - 01:18:44

Eu sozinha não consigo, sozinha não consigo.



Rodrigo Faerman - 01:18:47

Exato, então se tiver esse equilíbrio, maravilha. Mas a gente tá indo bem rápido, tá? Talvez seja dos processos mais, por enquanto, né? Acabamos de começar, mas tá indo de forma bem intensa, bem rápido, e eu acho que a gente vai conseguir os objetivos de forma muito... Só que tem uma lição de casa, sabe? Tem esse teu trabalho backstage, de sentar e definir, e putz, a gente é de... O lugar onde a Sara fica confortável em falar sobre é importante. É importante, ele é essencial. Até o ponto de não sei, se a resposta é não sei, é uma resposta melhor do que não é isso, certeza, e eu achar que não é. E eu digo vocês acharem que não é. Não escolham, por exemplo, o financeiro se não é o lugar onde aquece a tua alma.



Rodrigo Faerman - 01:19:44

E tendencialmente a questão do financeiro é que muitas vezes a gente cai naquela síndrome do impostor Porque eu falo assim, eu vou falar de financeiro com eles, mas talvez eu não tenha a alcançar. Então é lugar que talvez podemos escolher, mas talvez exija pouquinho mais de trabalho. Talvez eu precise de testar mais, porque na hora que você pega duas, três, quatro clientes num valor mais alto, já validou. Aí você pode falar. Então não é que seja assim absurdamente impossível.



Rodrigo Faerman - 01:20:18

Não, não.



Marseau Franco - 01:20:21

Só temos que ter uma narrativa adequada para atrair esse público. No final das contas, é o empacotamento que vai ser importante para isso.



Rodrigo Faerman - 01:20:27

Exato, e verdadeira.



Rodrigo Faerman - 01:20:29

Isso é muito importante. Sim, total. That's it. Beleza?



Sarah Zomer Franco - 01:20:34

Beleza.



Rodrigo Faerman - 01:20:35

Tá bom.



Rodrigo Faerman - 01:20:36

Tchau, pessoal.



Rodrigo Faerman - 01:20:38

Tchau, Rodrigo.



Sarah Zomer Franco - 01:20:38

Obrigada.



Marseau Franco - 01:20:39

Obrigado. Abração.