

## 2025-10-16 Marseau 12-02-52.m4a

Meeting date: October 17, 2025, 01:08 pm

### Notes

#### Estratégia de Produto e Precificação

- O foco principal é alavancar o produto já existente da **Sarah** com uma estratégia clara para escalonamento e aumento do ticket médio (03:54).
- **Sarah atualmente cobra R\$750,00 por mês** em um processo de **cinco meses** que usa neurociência aplicada para desbloquear sabotadores internos e aumentar a presença autêntica do cliente (04:07)
- O público-alvo está segmentado em três nichos: executivos/líderes que buscam reconhecimento, pais/mães que querem presença com filhos, e pessoas em transição pessoal ou profissional (05:28)
- A proposta é migrar para um modelo **high ticket**, com grupos pequenos a R\$5.000 por mês e trabalho individual entre **R\$10.000 e R\$15.000** por pessoa (06:54)
- A maior dificuldade atual é a falta de estrutura para vendas high ticket e funil de aquisição, principalmente para o público executivo que depende muito do LinkedIn (07:50)
- A reformulação incluiu o site e LinkedIn para incluir formulários de captação e posicionamento, além da criação de conteúdos para fortalecer o pitch e o funil (02:43)
- **Rodrigo recomendou focar o público para evitar dispersão** e reforçou a importância de definir um micro nicho para facilitar a narrativa e o posicionamento (24:30)
  - Executivos tendem a preferir soluções rápidas e objetivas, enquanto pais podem se beneficiar mais de abordagens em grupo para troca de experiências (25:40)
  - A segmentação clara permite criar produtos e funis diferentes para cada perfil, aumentando a assertividade na comunicação e vendas (26:04)
  - Rodrigo destacou que o sucesso depende de alinhar o produto com o nível de consciência do público, desde quem nem sabe que tem problema até quem já está pronto para o investimento (29:58)

#### Estratégias de Marketing e Funil de Vendas

- A principal mudança é adotar o modelo de **Challenge Funnel** para atração e venda, focando

em interação ao vivo e feedback imediato para validar o produto (08:34).

- Marseau estudou o método do **Fábio Soares**, que usa desafios online para engajar o público antes de lançar o produto, gerando compromisso e maior conversão (08:34)
  - O formato não exige gravação de curso completo, mas aulas ao vivo com participação direta, aumentando o engajamento e o feedback em tempo real (10:44)
  - Rodrigo destacou que esse método permite vender pela promessa e pela transformação, com aulas que se adaptam ao interesse e objeções do público (12:10)
  - Esse modelo reduz o custo inicial e acelera o aprendizado sobre o que o público realmente quer, permitindo ajustes rápidos (17:05)
- A adoção do Challenge Funnel conecta diretamente à necessidade de Sarah de construir funil e vendas high ticket, especialmente para executivos (07:50)
  - A criação de conteúdos para LinkedIn e o posicionamento estratégico ajudarão a nutrir o funil e qualificar leads (07:50)
  - Rodrigo reforçou que a narrativa pessoal e autêntica é fundamental para engajar o público e facilitar a venda (52:00)
  - O desafio permite testar a oferta e minimizar riscos, com possibilidade de oferecer garantias como devolução em 30 dias para eliminar objeções (16:26)

## Modelos de Mentoria e Escalabilidade

- A transição para **mentorias em grupo** é vista como caminho para escalar o negócio, mantendo qualidade e aumentando receita com menor custo de tempo (33:25).
- Rodrigo explicou que mentoria individual demanda muito tempo e entrega personalizada, o que limita escala e exige mais recursos (33:25)
  - Mentorias em grupo, com encontros quinzenais ou mensais, permitem atender múltiplos clientes com o mesmo esforço, aumentando a receita (34:50)
  - Ele planeja lançar o seu programa de mentoria high ticket entre **R\$40.000 e R\$50.000** para 4 a 6 meses, incluindo infraestrutura operacional (34:50)
  - O modelo híbrido permite que clientes interessados na mentoria em grupo se qualifiquem para mentorias individuais mais profundas (35:29)
  - Rodrigo também oferece suporte completo, incluindo produção de conteúdo, social media e dashboards para clientes, reduzindo barreiras operacionais (36:58)
- Marseau e Rodrigo discutiram um possível pacote de mentoria para Sarah e para ele mesmo, com o objetivo de acelerar o processo e adquirir conhecimento prático (18:13)

- Rodrigo sugeriu focar primeiro no projeto de Sarah pela urgência e retorno financeiro mais rápido (58:00)
- A mentoria deve ser prática e orientada para execução, evitando apenas orientação teórica para ganhar velocidade (55:44)

### Investimento em Infraestrutura Digital e Operacional

- Para sustentar a escalada do produto e funil high ticket, há necessidade de integrar ferramentas e sistemas que automatizem processos e garantam qualidade (38:43).
- Rodrigo detalhou o custo mensal aproximado para estrutura completa de social media com captação, edição, copywriting e postagens entre **R\$2.500 e R\$3.500**, com parcerias que reduzem estes valores (38:52)
  - Ele participa ativamente das reuniões com a agência para garantir alinhamento com branding, reduzindo retrabalho e aumentando eficiência (39:47)
  - O uso de agentes de IA, como os desenvolvidos por Bruno Piscinini, permite acelerar criação de copy e conteúdo com base em dados de público e posicionamento (43:00)
  - Rodrigo alertou sobre o risco de se aprofundar demais em aspectos técnicos, o que pode desviar foco da estratégia e geração de valor (45:00)
- A plataforma de IA trabalha com um sistema de tokens que varia de acordo com uso, o que pode aumentar custos conforme a escala, mas também pode ser compensado via programas de startups e créditos (49:00)
  - Essa camada digital facilita a criação de conteúdo e a produção de campanhas, reduzindo a dependência de equipes grandes e agilizando ciclos de feedback (44:00)

### Contexto Financeiro e Planejamento de Curto Prazo

- Marseau está em fase de transição financeira delicada, com prazo estimado de **cinco meses** para alavancar resultados e validar o produto no mercado (55:53).
- Ele ressaltou a necessidade de projetos que gerem receita imediata para sustentar o sabático e o investimento no produto da Sarah (56:20)
  - Rodrigo concordou que o foco deve ser a velocidade de entrega e geração de caixa para evitar riscos financeiros maiores (58:00)
  - O modelo MVP será usado para lançar rapidamente uma versão mínima viável do produto, capaz de monetizar já no primeiro mês (01:03:04)
  - A estratégia envolve validar rápido, ajustar com base em feedbacks e escalar com o funil de vendas e a mentoria em grupo (01:03:18)

- Rodrigo compartilhou exemplos e analogias para explicar como o posicionamento e precificação influenciam a percepção de valor, destacando a importância de oferta clara e segmentação (59:29)
- A comparação do ticket médio com o consumo de pipoca no cinema mostrou que o cliente geralmente escolhe o produto de preço intermediário ou mais alto conforme percepção (01:00:43)
- Essa visão ajuda a estruturar pacotes que entreguem valor alinhado ao perfil do cliente e justifiquem o preço high ticket (01:01:19)

## **Action items**

### **Marseau**

- Enviar para Rodrigo comparação do site da Sarah antes e depois da reformulação para avaliação (06:54)
- Definir e organizar operacional para lançamento do produto da Sarah com funil Challenge Funnel e início de monetização (55:44)
- Explorar parceria operacional com Rodrigo e possível atuação como braço de apoio para outros projetos de mentoria (18:13)

### **Rodrigo Faerman**

- Pensar em proposta de mentoria e suporte alinhada com necessidades imediatas da Sarah e prazo financeiro curto de Marseau (57:45)
- Auxiliar Marseau na estruturação de funil e estratégia de high ticket focada em resultados rápidos (58:00)
- Desenvolver estratégia de mentoria em grupo para lançamento no final do ano com modelo engajado e escalável (34:45)
- Disponibilizar insights e estruturação prática para aplicações de IA com agentes para facilitar criação de conteúdo e copy para clientes (40:00)

### **Ambos**

- Avaliar possibilidade de cooperação contínua como coprodutores em produtos existentes e novos para otimizar alcance e receita (19:40)
- Realizar reuniões futuras para selecionar os micro nichos mais promissores e definir estratégia detalhada de oferta e preço (24:45)