



# PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

Ana Scatolin Negócios Empresariais Ltda

WEBSITE | <https://anascatolinm.com.br>

9/20

**Abaixo da Media**

Data: 18/02/2026 | FNW - Freenat Work



## 1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

**SCORE 9/20 - ABAIXO DA MÉDIA.**

Ana Scatolin Inteligência Organizacional opera em mercado competitivo (Berry Consultoria, San Martin, SB Inteligência) com proposta genérica e credibilidade mínima comunicada.

O site é landing page única sem profundidade.

Pontos fortes: conceito de IA relevante, estrutura lógica problema-solução, múltiplos CTAs.

Pontos críticos: **ZERO** depoimentos, **ZERO** casos de sucesso, **ZERO** métricas de clientes atendidos, informações de formação/experiência (28 anos) ausentes do site.

A profissional tem background sólido (Europ Assistance, SAP, Transformação Digital) mas não o comunica.

Comparativo: Berry (10+ anos, casos Itaú/Natura/Magalu), San Martin (21 anos, 700+ empresas, depoimentos fortes).

Sem prova social, a proposta é apenas afirmação não validada.

### SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	2/4	Media
Clareza da Proposta	2/4	Media
Linguagem e Conexao	2/4	Media
Credibilidade e Confianca	1/4	Fraco
Jornada e CTA	2/4	Media
<b>TOTAL</b>	<b>9/20</b>	<b>Abaixo da Media</b>

## 2. DESCONSTRUÇÃO DA PUV



1) **DIFERENCIAÇÃO** (2/4): 'Inteligência Organizacional com IA' é categoria válida, mas 'Organize conhecimento'.

Escale resultados.' é aplicável a dezenas de consultorias.

Falta framework proprietário nomeado, nicho vertical definido, ou mecanismo único explicável. 2) **CLAREZA** (2/4): Benefícios declarados ('ROI', 'novas receitas', 'retenção') são outcomes desejáveis mas sem caminho tangível.

Como? Quanto tempo? Quais entregáveis? 3) **LINGUAGEM** (2/4): Tom corporativo funcional, apela à dor ('frustração', 'custa caro') mas não à aspiração.

Faltam metáforas memoráveis e narrativa de transformação. 4) **CREDIBILIDADE** (1/4): **CRÍTICO**. 'Associada Área 55' é prova social indireta fraca.

Sem depoimentos, casos, números, certificações, formação, logos de clientes. 5) **JORNADA/CTA** (2/4): 4 CTAs genéricos diluem foco.

Sem urgência, sem próximo passo claro, sem redução de atrito (ex: calendário embutido, garantia).

## 3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

**PERSONA PRIMÁRIA REFINADA:** 'Carlos, 45 anos, dono de empresa de serviços com 50 funcionários'.

Dor: informações em planilhas/WhatsApp/e-mail, processos dependentes de pessoas, crescimento travado.

Aspiração: previsibilidade, escala sem caos, equipe autônoma.

Objeção: 'Já tentei consultoria, foi genérico e caro'.

**PERSONA SECUNDÁRIA:** 'Mariana, 38 anos, diretora executiva de associação de classe com 500 associados'.

Dor: baixa renovação, associados não engajados, receita instável.

Aspiração: receita recorrente, capacitação contínua, adimplência alta.

Objeção: 'Não temos orçamento para investimento inicial'.

**CONFLITO RESOLVIDO:** Criar duas landing pages segmentadas (empresas vs. associações) com mensagens, cases e CTAs específicos.

Não tentar vender para ambos na mesma página.

## 4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM



**ANTES:** "Organize seu conhecimento.

Escale seus resultados."

**DEPOIS:** "Transforme o conhecimento tácito da sua equipe em sistema previsível de crescimento.

Método IOA: 90 dias para reduzir 40% de tarefas manuais."

**ANTES:** "Gerar valor real e ROI por meio de novas receitas."

**DEPOIS:** "Empresas atendidas recuperam em média R\$ 180.000/ano em produtividade perdida - garantido ou devolvemos seu investimento."

**ANTES:** "Nosso segredo não está em cortes, mas em maximizar o potencial humano."

**DEPOIS:** "Enquanto consultorias cortam cabeças, nós multiplicamos capacidade: mesma equipe, 3x mais resultado com IA aplicada."

**ANTES:** "Fale Conosco e Saiba Mais."

**DEPOIS:** "Agende Diagnóstico de Inteligência Organizacional (15min, sem compromisso) - Descubra quanto sua empresa perde em desorganização."

## 5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

1) SEÇÃO **SOBRE COMPLETA:** Foto profissional, trajetória 28 anos (Europ Assistance Brasil, SAP, Transformação Digital), formação acadêmica, certificações, missão pessoal. 2) **DEPOIMENTOS:** 3-5 vídeos ou

textos com nome completo, cargo, empresa, foto.



Ex: 'Ana transformou nossa operação - reduzimos 50% do tempo em relatórios manuais' - Carlos Mendes, CEO, Empresa X. 3) **CASOS DE SUCESSO**: 3 estudos detalhados com desafio-solução-resultado-métricas.

Incluir logos de clientes (com permissão). 4) **NÚMEROS**: 'X empresas atendidas', 'Y horas de produtividade recuperadas', 'Z% satisfação média'. 5) **CONTEÚDO**: Blog/LinkedIn com artigos semanais sobre inteligência organizacional, IA aplicada, cases. 6) **ASSOCIAÇÕES**: Destacar Área 55 como selo, buscar certificações adicionais (ex: Lean Six Sigma, PMP, certificações IA). 7) **MÍDIA**: Buscar podcasts, entrevistas, artigos em portais do setor para construir autoridade externa.

## 6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

---

**SEMANA 1** (Dias 1-7): 1) Criar página 'Sobre' com trajetória completa, foto, credenciais (Dia 2). 2) Coletar 3-5 depoimentos de clientes existentes via formulário estruturado (Dia 3-4). 3) Desenvolver 2 casos de sucesso com métricas antes/depois (Dia 5-6). 4) Revisar copy do hero com proposta mais específica e CTA único (Dia 7).

**SEMANA 2** (Dias 8-14): 5) Implementar calendário embutido (Calendly/Google Calendar) para agendamento direto (Dia 9). 6) Adicionar seção 'Números' com métricas acumuladas (Dia 10). 7) Criar lead magnet ('Checklist: Sua empresa perde R\$ X/ano em desorganização?') para captura de leads (Dia 12). 8) Integrar LinkedIn com site (feed de artigos, botão seguir) (Dia 14).

**SEMANA 3-4**: 9) Produzir 4 artigos de blog sobre inteligência organizacional (1/semana). 10) Gravar 3 vídeos curtos (2-3min) explicando método e cases. 11) Buscar 1-2 oportunidades de mídia/podcast.

**MÉTRICAS DE SUCESSO**: Aumento de 50% em taxa de conversão de visitantes para leads, redução de 30% em bounce rate, aumento de tempo médio na página de 1min para 3min+.