



PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

Deu Match Conecta

INSTAGRAM | <https://www.instagram.com/deumatchconecta/>

12_{/20}

Media

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



1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

O Deu Match Conecta opera em um espaço híbrido entre consultoria de relacionamentos amorosos e consultoria empresarial de saúde emocional/NR-1.

Com aproximadamente 136 seguidores no Instagram e presença ativa no LinkedIn, o negócio demonstra tração inicial mas ainda não alcançou escala significativa.

O principal desafio de performance é a dispersão de foco: tenta comunicar-se simultaneamente com consumidores finais (B2C - pessoas buscando relacionamentos) e empresas (B2B - organizações buscando implementação de NR-1 e eventos corporativos).

Esta dualidade resulta em uma proposta de valor fragmentada que não comunica claramente em 5 segundos o que o negócio faz, para quem, e qual resultado entrega.

Comparado a concorrentes como Erica Queiroz Consultora Amorosa (2.000+ atendidos, proposta clara de 'encontre e mantenha o amor'), o Deu Match Conecta possui posicionamento mais sofisticado porém menos compreensível.

A oportunidade está em escolher um foco principal ou criar jornadas claramente separadas para cada persona.

SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	3/4	Forte
Clareza da Proposta	2/4	Media
Linguagem e Conexao	3/4	Forte
Credibilidade e Confianca	2/4	Media
Jornada e CTA	2/4	Media
TOTAL	12/20	Media

2. DESCONSTRUCAO DA PUV



Análise critério a critério:

(1) Diferenciação (3/4): O conceito de 'elo inteligente entre estratégia, saúde emocional e negócios' é diferenciado, mas não é imediatamente compreensível.

O posicionamento 'não é para todo mundo' cria exclusividade mas também barreiras de entrada.

(2) Clareza (2/4): Frases como 'pertencer exige consciência, respeito e entrega' são poeticamente ricas mas semanticamente vagas.

Um visitante novo não consegue identificar em 10 segundos se este serviço é para ele.

(3) Linguagem (3/4): A linguagem emocional e poética cria conexão com o público certo (pessoas que valorizam profundidade e propósito), mas aliena quem busca objetividade.

O uso de termos como 'match', 'elo', 'conexão' é coerente com a identidade.

(4) Credibilidade (2/4): Parcerias com Sebrae e empresas reconhecidas são ativos fortes, mas não são suficientemente destacados.

Faltam métricas, depoimentos específicos e cases de sucesso quantificados.

(5) Jornada/CTA (2/4): CTAs genéricos ('acesse o link da bio') sem segmentação por persona ou criação de urgência.

Não há funnel visível que guie o usuário desde o primeiro contato até a conversão.

3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

Segmentação atual detectada revela conflito de personas: Persona Primária (B2C): 'Mulher Consciente', 30-50 anos, profissional estabelecida, busca relacionamentos amorosos com propósito e profundidade, valoriza saúde emocional, disposta a investir em consultoria personalizada, ativa no Instagram e LinkedIn.

Persona Secundária (B2B): 'Empresa Humanizada', RH ou liderança de empresas de médio porte, busca implementar programas de saúde emocional e NR-1, quer criar ambiente de trabalho mais humano, precisa de justificativa ROI para investimento, mais ativa no LinkedIn.

Conflito: A comunicação atual tenta atender ambas simultaneamente no mesmo canal (Instagram), resultando em mensagem diluída.

Recomendação: Criar jornadas separadas.

Manter Instagram focado na persona B2C (consultoria amorosa) com linguagem emocional.

Criar presença separada no LinkedIn ou página específica para B2B (eventos corporativos e NR-1) com linguagem mais profissional e focada em resultados mensuráveis.

Alternativamente, escolher UMA persona como foco principal nos próximos 6 meses e validar tração antes de expandir.

4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

Exemplos de reescrita de copy:

ANTES: "O Deu Match Conecta não é para todo mundo. É para quem entende que conexão é escolha, e que pertencer exige mais do que estar, exige consciência, respeito e entrega."

DEPOIS (B2C): 'Consultoria amorosa para mulheres que cansaram de relacionamentos superficiais.

Em 3 meses, você identifica padrões, cura crenças limitantes e atrai o parceiro que compartilha seus valores.

47 mulheres atendidas em 2025.' **DEPOIS** (B2B): 'Implementação de NR-1 e saúde emocional para empresas.

Reduza absenteísmo e aumente engajamento com programas personalizados de cuidado psicossocial. 12 empresas atendidas, 94% de satisfação.'

ANTES: "Um ecossistema de conexões onde pessoas, empresas e oportunidades se encontram e se fortalecem."

DEPOIS: "Conectamos mulheres líderes a relacionamentos amorosos com propósito através de consultoria personalizada e eventos imersivos."

ANTES: "Regista-te no link da linktree da minha bio."

DEPOIS: "Agende sua sessão estratégica gratuita de 30 minutos.

Vagas limitadas para fevereiro.

Clique aqui e responda 3 perguntas para ver se é o fit ideal."

5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE



Construção de credibilidade em 4 pilares:

(1) Prova Social Quantificada: Publicar números concretos semanalmente - 'Esta semana completamos 50 consultorias', '9 em cada 10 clientes relatam X resultado'.

Criar página de depoimentos com fotos, nomes completos e resultados específicos.

(2) Conteúdo de Autoridade: Produzir 2-3 posts semanais no LinkedIn (para B2B) e Instagram (para B2C) com cases detalhados, metodologias explicadas, e posicionamento sobre tendências do setor.

Exemplo: 'Os 5 erros que impedem mulheres líderes de encontrar relacionamentos duradouros' ou 'Como a NR-1 pode reduzir custos com saúde em 23%'.

(3) Parcerias Visíveis: Criar co-marketing com parceiros atuais (Sebrae, Grupo Schmitz) - webinars conjuntos, posts cruzados, logos visíveis no perfil.

(4) Mídia e Reconhecimento: Buscar menções em podcasts, artigos, e eventos do setor.

Submeter cases para prêmios de RH e inovação.

Criar release de imprensa para marcos (ex: '1 ano de Deu Match Conecta').

Timeline: Semana 1-2: Coletar 5 depoimentos.

Semana 3-4: Lançar série de conteúdo 'Casos Reais'.

Mês 2: Webinar com parceiro.

Mês 3: Submeter case para prêmio.

6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

Timeline de implementação em 30 dias: **SEMANA 1** (Dias 1-7): Definir posicionamento principal.

Realizar 5 entrevistas com clientes atuais para entender qual dor principal foi resolvida.

Escolher UMA persona como foco principal.

Reescrever bio do Instagram com proposta clara em 1 frase.

Criar headline para página de destino.

SEMANA 2 (Dias 8-14): Coletar prova social.

Enviar questionário para todos os clientes atendidos solicitando depoimento e resultado específico.

Gravar 3 depoimentos em vídeo.



Criar arte com números (clientes atendidos, eventos realizados, taxa de satisfação).

Atualizar Linktree com segmentação clara.

SEMANA 3 (Dias 15-21): Reestruturar jornada.

Criar 2 páginas de destino separadas (B2C e B2B) com CTAs específicos.

Implementar formulário de qualificação de 5 perguntas.

Configurar follow-up automatizado via WhatsApp/Email.

Testar jornada completa internamente.

SEMANA 4 (Dias 22-30): Lançar conteúdo de autoridade.

Publicar 3 posts com cases detalhados.

Anunciar webinar gratuito com parceiro.

Iniciar campanha de tráfego pago segmentada por persona.

Monitorar métricas de conversão e ajustar.

KPIs de Sucesso: Aumento de 50% em cliques no link da bio, 3x mais solicitações de consultoria, taxa de conversão de visitante para lead de 5% para 15%.