

# PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

Gabriel Nascimento - English with Gringo

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

11 /20

Media

Data: 19/02/2026 | FNW - Freenat Work



## 1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

O perfil @englishwithgringo apresenta desempenho abaixo do potencial real devido à desconexão entre credenciais excepcionais e comunicação comercial.

Gabriel Nascimento possui qualificações raras no mercado de ensino de inglês (PhD, Fulbright, experiência internacional em universidades de ponta), mas essas credenciais não são adequadamente comunicadas no canal principal (Instagram).

A promessa de 'fluência em 6 meses' é genérica e idêntica a centenas de concorrentes, desperdiçando o diferencial único de ser um linguista acadêmico com metodologia baseada em ciência.

O mercado de cursos de inglês online no Brasil é altamente competitivo, com players estabelecidos como Mairo Vergara, **ASAP** Inglês, e Neuro Fluency VIP dominando o espaço digital.

Sem CTAs claros e jornada de conversão, o perfil funciona como cartão de visitas estático ao invés de máquina de vendas.

### SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	3/4	Forte
Clareza da Proposta	2/4	Media
Linguagem e Conexao	2/4	Media
Credibilidade e Confianca	4/4	Excelente
Jornada e CTA	0/4	Fraco
<b>TOTAL</b>	<b>11/20</b>	<b>Media</b>

## 2. DESCONSTRUCAO DA PUV

Análise critério a critério:

(1) Diferenciação (3/4): O posicionamento 'Gringo nascido em Londres' é interessante mas mal explorado.

As credenciais acadêmicas são o verdadeiro diferencial mas estão invisíveis.

(2) Cliezza (2/4): 'Fluência em 6 meses' é promessa comum.

Falta explicar o 'como' único do método.

(3) Conexão Emocional (2/4): Linguagem técnica ('Linguistic Master's Code') não conecta com dores emocionais.

Ausência de storytelling sobre superação, vergonha de falar, oportunidades perdidas.

(4) Credibilidade (4/4): PhD, Fulbright, Penn State, publicações acadêmicas - credenciais indiscutíveis mas não visíveis no Instagram.

(5) Jornada/CTA (0/4): Ausência total de chamadas para ação identificáveis, links não acessíveis, nenhuma funnel de conversão aparente.

### 3. REPOSITIONAMENTO POR PERSONA

Segmentação recomendada: Foco primário em 'Profissionais Corporativos Aspirantes' (28-45 anos, classe A/B, já investiram em cursos tradicionais sem alcançar fluência conversacional, precisam de inglês para promoção/expansão internacional, valorizam eficiência e embasamento científico).

Segmento secundário: 'Acadêmicos e Pesquisadores' (doutorandos, professores universitários, pesquisadores que precisam publicar em inglês ou fazer pós-doc no exterior).

Conflito atual: A comunicação tenta agradar ambos os segmentos e não fala diretamente com nenhum.

Recomendação: Criar duas linhas de comunicação separadas - uma para profissionais (foco em carreira, negócios, resultados rápidos) e outra para acadêmicos (foco em publicações, conferências, inglês acadêmico).

O nome 'Linguistic Master's Code' deve ser mantido para acadêmicos mas substituído por algo mais comercial para profissionais (ex: 'Método Fluência Científica').

### 4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

Exemplos de reescrita de copy: BIO **ATUAL**: 'Nascido em Londres, morando no Brasil.'

Fluência em inglês em 6 meses com o Linguistic Master's Code.

Treinador de líderes em +6 países.' BIO **SUGERIDA**: 'Linguista com PhD (USP) e Fulbright Scholar.'

Método científico que já levou 500+ líderes à fluência em 6 meses.

Agende aula experimental ↓:



**ANTES:** "Aprender Inglês em 2026"

**POST**

**DEPOIS:** "2026 é o ano que você **PARA** de travar na reunião com gringos."

Meu método de linguística aplicada eliminou as travas de 500+ alunos.

Quer ser o próximo? Comente "

FLUÊNCIA' que te envio os detalhes.' **COPY PARA ANÚNCIO**

**ANTES:** "Curso de inglês com professor nativo"

**COPY**

**DEPOIS:** "Cansado de gastar anos e milhares de reais em escolas de inglês e continuar travando?"

Descubra o método de um linguista brasileiro que conquistou fluência nos EUA e agora ensina profissionais como você a destravar em 6 meses - garantido."

## 5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

Construção de credibilidade visível:

- (1) Criar destaque no Instagram 'Minha Jornada' com fotos nas universidades (USP, Penn State, King's College), certificado Fulbright, eventos acadêmicos.
- (2) Publicar 1x/semana conteúdo educativo demonstrando expertise (ex: 'Por que 95% dos alunos travam - explicação da linguística aplicada').
- (3) Coletar e publicar depoimentos em vídeo de alunos com resultados específicos (nome, profissão, tempo até fluência, conquista).

- (4) Criar parcerias com empresas para treinamentos corporativos e usar logos como prova social.
- (5)  Publicar artigos no LinkedIn sobre metodologia de ensino de inglês, posicionando-se como autoridade.
- (6) Desenvolver lead magnet com amostra do método (ex: mini-curso gratuito 'Os 3 Pilares da Fluência Científica').
- (7) Participar de podcasts e entrevistas sobre ensino de idiomas.
- (8) Criar certificado próprio para alunos que completarem o método, adicionando valor tangível.

## 6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

Timeline de implementação (4 semanas): **SEMANA 1:** (a) Reescrever bio do Instagram com proposta clara + CTA; (b) Criar link na bio (Linktree) com WhatsApp, página de vendas, lead magnet; (c) Criar 5 destaque organizados (Sobre, Método, Depoimentos, Resultados, Contato).

**SEMANA 2:** (a) Produzir 3 posts de prova social com depoimentos; (b) Criar lead magnet (PDF ou vídeo-aula gratuita); (c) Configurar sequência de DM automatizada para novos seguidores.

**SEMANA 3:** (a) Gravar 5 reels demonstrando metodologia (dicas rápidas de inglês com embasamento linguístico); (b) Publicar post de autoridade explicando credenciais acadêmicas de forma acessível; (c) Iniciar campanha de anúncios no Instagram/Facebook direcionando para lead magnet.

**SEMANA 4:** (a) Coletar primeiros leads e agendar aulas experimentais; (b) Criar página de vendas simples com oferta clara; (c) Implementar follow-up por email/WhatsApp para leads não convertidos.

**METAS:** 50 leads na semana 2, 100 leads na semana 4, 5-10 alunos matriculados no primeiro mês.