

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMENTO

# MIKE KIM ENTERPRISES

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

16<sub>/20</sub>

Forte

# SCORE OVERVIEW

Diferenciacao e Posicionamento



3/4

Clareza da Proposta



3/4

Linguagem e Conexao



3/4

Credibilidade e Confianca



4/4

Jornada e CTA



3/4

16

/20

Forte

# CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

Mike Kim se posiciona de forma diferenciada ao focar em 'transformar expertise em propriedade intelectual escalável' em vez de apenas personal branding genérico. Sua abordagem anti-guru e ênfase em 'voz como vantagem competitiva no mundo pós-IA' são relevantes e atuais.

## EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Foco em IP-driven brands em vez de influencer marketing, Newsletter Vox Clara sobre autenticidade em era de IA, Posicionamento como 'estrategista e contador de histórias'

### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Tornar o posicionamento mais memorável com uma frase-tagline única e repetível que destile a proposta de IP em palavras mais concretas e visualizáveis

3

/4

## CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta 'ajuda thought leaders, coaches e autores a transformar expertise em propriedade intelectual que escala' é clara para o público-alvo, mas requer ~10 segundos para processar completamente. A filosofia 'marketing é sobre abrir relacionamentos' complementa bem.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Market and monetize your coaching or speaking business', 'Transformar expertise em IP que escala além da capacidade pessoal', Biografia curta: 'autor best-seller 3x que ajuda especialistas'

3

/4

### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Criar uma versão de 5 segundos da proposta que possa ser compreendida instantaneamente, tipo 'Transformo sua expertise em impérios de IP'

## CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO

Tom humanizado com storytelling consistente, filosofia de relacionamentos vs. vendas, e newsletter Vox Clara que apela para autenticidade. Ressoa emocionalmente com profissionais que buscam significado além de lucro.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Marketing isn't about closing a sale, it's about opening a relationship', Compartilhamento de vulnerabilidades (hospitalização, ciclos de hustle), Foco em 'encontrar sua voz' e 'criar o inconfundivelmente seu'

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Incluir mais histórias de transformação específicas de clientes com elementos emocionais concretos (antes/depois com nomes e resultados mensuráveis)

3

/4

## CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

Credibilidade indiscutível: 3x autor best-seller (WSJ, USA Today, Amazon #1), milhares de clientes ajudados em 10+ anos, aparições em CNN, Fox, TED, artigos em Inc. e Entrepreneur, 446+ episódios de podcast, direitos estrangeiros vendidos em 3 idiomas.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

3x bestselling author com direitos em França, Coreia, Chinês, Clientes incluem NYT bestsellers e especialistas da PBS, TED, CNN, Palestrante em SXSW, Social Media Marketing World, Podcast Movement

4

/4

### OPORTUNIDADE DE SALTO (4 → 4)

Manter e expandir a prova social com estudos de caso quantificados (ex: 'Cliente X faturou Y% a mais em Z meses') e depoimentos em vídeo

## CRITERIO 5: JORNADA E CTA

Múltiplos CTAs claros e visíveis (Visit My Store, newsletter Vox Clara, podcast, Idea-to-IP Assessment gratuito). Jornada free-to-paid existe mas poderia ter progressão mais explícita e guiada entre os níveis de engajamento.

### EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Idea-to-IP Assessment gratuito como entrada, Newsletter semanal Vox Clara para nutrição, Store com produtos escalonados (livro → academia → consultoria)

#### OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Criar uma jornada visualmente mapeada que mostre o caminho claro: Assessment → Newsletter → Livro → Academia → Consultoria, com expectativas de tempo e investimento em cada etapa

3

/4

# ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada critério

**Diferenciação e Posicionamento:** Tornar o posicionamento mais memorável com uma frase-tagline única e repetível que destile a proposta de IP em palavras mais concretas e visualizáveis

**Clareza da Proposta:** Criar uma versão de 5 segundos da proposta que possa ser compreendida instantaneamente, tipo 'Transformo sua expertise em impérios de IP'

**Linguagem e Conexão:** Incluir mais histórias de transformação específicas de clientes com elementos emocionais concretos (antes/depois com nomes e resultados mensuráveis)

**Credibilidade e Confiança:** Manter e expandir a prova social com estudos de caso quantificados (ex: 'Cliente X faturou Y% a mais em Z meses') e depoimentos em vídeo

**Jornada e CTA:** Criar uma jornada visualmente mapeada que mostre o caminho claro: Assessment → Newsletter → Livro → Academia → Consultoria, com expectativas de tempo e investimento em cada etapa



## TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

1. Criar uma tagline de 5-7 palavras que destile a proposta de IP em frase memorável e testar em 3 variações no Instagram bio por 2 semanas cada
2. Desenvolver 3 estudos de caso quantificados com depoimentos em vídeo de clientes que alcançaram resultados específicos (ex: 'De 0 a \$100K em 6 meses com IP de curso')
3. Mapear jornada visual do cliente no link da bio com ferramenta interativa que mostre caminho recomendado baseado no estágio atual (iniciante, intermediário, avançado)

### PERSONA PRIMARIA

Coach, consultor ou thought leader estabelecido (5+ anos de experiência) que fatura \$100K-\$500K ano, troca tempo por dinheiro, busca escalabilidade através de produtos de IP (cursos, livros, programas) sem perder autenticidade

Conflito: Comunicação oscila entre linguagem de 'império de IP' (atrai empreendedores ambiciosos) e 'encontrar sua voz autêntica' (atrai transicionistas cautelosos). O anti-guru posicionamento ressoa com ambos mas pode diluir urgência de compra para o primeiro grupo

# PROXIMOS PASSOS

Implemente as acoes recomendadas e acompanhe a evolucao do seu PUV Score.

## DESBLOQUEAR RELATORIO COMPLETO

Plano detalhado com 6 secoes de recomendacoes

QR CODE

- Grupo FNW - PUV SCORE - Coop.Diana Senciente.