

# PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

Mike Kim Enterprises

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

16<sub>/20</sub>

Forte

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

## 1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

Mike Kim apresenta uma Proposta Única de Valor forte (16/20) com fundamentos sólidos de credibilidade e posicionamento diferenciado. O principal ativo é a combinação rara de prova social indiscutível (3x bestseller, mídia nacional, 10+ anos de tração) com filosofia autêntica (marketing como relacionamento, anti-guru). O canal Instagram @mikekim funciona como hub de distribuição de conteúdo com bio otimizada ('Founder of IP-driven brands | Posts profissionais, stories pessoais | Insights toda terça'), mas perde oportunidade de conversão direta por não ter jornada visualmente mapeada. A newsletter Vox Clara (posicionada como 'voz no mundo pós-IA') é diferencial competitivo que antecipa tendência de mercado. Pontos de fricção: proposta completa requer >5 segundos para compreensão, múltiplos CTAs podem criar paradoxo da escolha, falta progressão explícita entre níveis de engajamento. Performance geral: acima da média do mercado de personal branding, com espaço para otimização de conversão através de simplificação e mapeamento de jornada.

### SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciacao e Posicionamento	3/4	Forte
Clareza da Proposta	3/4	Forte
Linguagem e Conexao	3/4	Forte
Credibilidade e Confianca	4/4	Excelente
Jornada e CTA	3/4	Forte
TOTAL	16/20	Forte

## 2. DESCONSTRUCAO DA PUV

Critério 1 - Diferenciação (3/4): O foco em 'IP que escala' diferencia de 90% dos gurus de personal branding que focam em visibilidade/vendas. Porém, o termo 'IP' pode ser abstrato para parte do público. Critério 2 - Clareza (3/4): 'Transformar expertise em propriedade intelectual escalável' é preciso mas denso. Benefício final (mais lucro, mais impacto, menos tempo trocado por dinheiro) está implícito mas não explícito em headline. Critério 3 - Conexão (3/4): Storytelling consistente e vulnerabilidade compartilhada criam confiança, mas faltam

histórias de transformação de clientes com arco emocional completo. Critério 4 - Credibilidade (4/4): Categoria dominante. Números, mídia, longevidade e consistência formam barreira competitiva difícil de replicar. Critério 5 - Jornada (3/4): Todos elementos existem (free assessment, newsletter, livro, academia, consultoria) mas não estão conectados visualmente como caminho progressivo. Síntese: PUV funciona bem para público já educado sobre marca pessoal, mas pode perder prospects em estágio inicial que precisam de mais educação e guiamento.

### 3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

---

Persona Primária - 'O Especialista Preso': 45-55 anos, coach/consultor estabelecido, fatura \$200K-400K trabalhando 50-60 horas/semana, já tentou cursos online sem resultado, cético de gurus, valoriza profundidade sobre hype, motivado por legado e liberdade de tempo não apenas dinheiro. Gatilhos: vê colegas lançando cursos com sucesso, sente esgotamento de trocar tempo por dinheiro, busca validação de que pode escalar sem vender a alma. Persona Secundária - 'O Executivo em Transição': 35-45 anos, VP/Director em corporação, fatura \$150K-250K + bônus, construiu reputação interna mas é desconhecido externamente, planeja saída em 12-24 meses, busca segurança antes do salto. Gatilhos: reestruturação corporativa, teto de vidro visível, desejo de impacto direto, medo de arrependimento. Conflito de Comunicação: A mensagem atual tenta abraçar ambas personas simultaneamente. 'IP que escala' fala mais ao Especialista Preso (já tem expertise, quer empacotar). 'Encontrar sua voz' fala mais ao Executivo em Transição (ainda descobrindo posicionamento). Recomendação: Criar duas jornadas de entrada distintas no site/Instagram, com copy e CTAs segmentados por estágio de maturidade.

### 4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

---

ANTES (atual): 'Mike Kim ajuda thought leaders, coaches e autores a extrair o que fazem de melhor e transformar em propriedade intelectual que escala além de sua capacidade pessoal.' → DEPOIS (5 segundos): 'Transformo sua expertise em cursos e livros que vendem enquanto você dorme.' | ANTES: 'Marketing isn't about closing a sale, it's about opening a relationship.' → DEPOIS (mais concreto): 'Meus clientes constroem negócios onde clientes chegam prontos para comprar, não precisando ser convencidos.' | ANTES: 'Vox Clara - newsletter semanal sobre encontrar sua voz no mundo pós-IA' → DEPOIS (benefício tangível): 'Vox Clara - 3 mil profissionais recebem toda terça: como se diferenciar quando IA pode copiar seu conteúdo em segundos.' | ANTES: 'Idea-to-IP Assessment gratuito' → DEPOIS (resultado prometido): 'Descubra em 7 minutos qual produto de IP (curso, livro ou programa) tem maior probabilidade de faturar \$100K+ no seu nicho.' | ANTES: 'You Are The Brand Academy' → DEPOIS (transformação): 'De especialista invisível a autoridade procurada: o sistema de 12 semanas que lançou 47 livros e 200+ cursos de 6-7 figuras.'

## 5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

---

1. Estudos de Caso Quantificados: Criar 5-7 estudos de caso detalhados com estrutura: situação inicial (faturamento, horas trabalhadas, frustrações) → intervenção (qual produto/serviço do Mike Kim) → resultado (números específicos, depoimento em vídeo, timeline). Exemplo: 'Como Sarah saiu de \$180K trabalhando 60h/semana para \$450K trabalhando 30h/semana em 8 meses com lançamento de curso.' 2. Prova Social em Tempo Real: Adicionar contador no site mostrando resultados agregados de clientes (ex: 'Alunos geraram \$47M em receita', '2.847 livros lançados', '446 episódios de podcast'). 3. Autoridade por Associação: Ampliar menções de clientes notáveis (NYT bestsellers, TED speakers) com logos e links para seus trabalhos. 4. Conteúdo de Profundidade: Manter e expandir newsletter Vox Clara como diferencial - é conteúdo que IA não replica facilmente por ter voz única e experiências pessoais. 5. Mídia Própria: Podcast com 446+ episódios é ativo valioso - criar clipes em vídeo para Instagram/YouTube/TikTok com hooks de autoridade ('O erro #1 que coaches cometem ao lançar cursos'). 6. Certificação/Selo: Criar certificação 'You Are The Brand Certified' para alunos da academia que atingem marcos específicos, gerando prova social recorrente.

## 6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

---

SEMANA 1-2: (1) Redefinir bio do Instagram com proposta de 5 segundos testada em 3 variações. (2) Criar landing page de jornada mapeada com quiz interativo que segmenta por persona (Especialista Preso vs Executivo em Transição). (3) Gravar 3 depoimentos em vídeo de clientes com resultados quantificados.

SEMANA 3-4: (4) Lançar 5 estudos de caso no site com estrutura completa (antes/depois, números, vídeo). (5) Reescrever copy de todos os CTAs principais usando engenharia de linguagem acima. (6) Criar sequência de emails de 5 dias para novos assinantes da Vox Clara educando sobre jornada de IP. SEMANA 5-8: (7)

Desenvolver lead magnet segmentado por persona (ex: 'Guia de 10 Passos para Seu Primeiro Curso' para Especialistas vs 'Plano de 12 Meses para Transição de Carreira' para Executivos). (8) Implementar contador de prova social agregada no site. (9) Criar série de 10 reels/shorts com clipes de autoridade do podcast. SEMANA 9-12: (10) Lançar certificação 'You Are The Brand Certified' com critérios claros e página de alumni. (11)

Realizar webinar ao vivo 'De Especialista a Autoridade' com estudo de caso ao vivo. (12) Revisar e otimizar toda jornada baseado em dados de conversão das primeiras 8 semanas. KPIs de Sucesso: Aumento de 25% em conversão de visitante para lead, aumento de 15% em conversão de lead para compra de produto de entrada, aumento de 10% em NPS de clientes.