

# Slide 1: Capa

## Diagnóstico PUV Score

Canella Comunica

@canellacomunica · Instagram

Score: 11/20 · Média Análise realizada em 17 de Fevereiro de 2026

# Slide 2: Quem é a Canella Comunica?

## Perfil Analisado

Campo	Dados
Handle	@canellacomunica
Canal	Instagram
Segmento	Comunicação B2B
Nicho	Arquitetura, Construção e Engenharia (ACE)
Bio	"Comunicação para o setor Arquitetura, Construção e Engenharia"

## O que foi encontrado

- Posicionamento vertical definido para o setor ACE
- Bio objetiva com segmento declarado
- Ausência de provas sociais e CTAs evidentes
- Presença digital concentrada no Instagram

# Slide 3: Score Geral

Resultado: 11/20 — Média

Forças Identificadas	<div><div></div></div>	55%
Potencial Não Explorado	<div><div></div></div>	45%

## Classificação PUV Score

Faixa	Classificação
0–5	Fraco
6–9	Abaixo da Média

10–13	Média ← você está aqui
14–17	Forte
18–20	Excelente

A Canella Comunica tem base sólida para subir para **Forte (14+)** com ajustes rápidos.

## Slide 4: Avaliação por Critério

### 10 Critérios · 0-2 pts cada

Critério	Score	Status
Clareza da PUV	1/2	⚠️ Parcial
<b>Diferenciação</b>	<b>2/2</b>	✅ Forte
Público-Alvo	1/2	⚠️ Parcial
Benefícios Tangíveis	1/2	⚠️ Parcial
<b>Prova Social</b>	<b>0/2</b>	❌ Ausente
CTA	1/2	⚠️ Fraco
Identidade de Marca	1/2	⚠️ Parcial
Presença Digital	1/2	⚠️ Limitada
UX do Perfil	1/2	⚠️ Parcial
<b>Potencial de Conversão</b>	<b>2/2</b>	✅ Forte
<b>TOTAL</b>	<b>11/20</b>	<b>Média</b>

## Slide 5: Forças — O que já funciona

### ✅ Pontos Positivos

#### 1. Diferenciação pelo Nicho (2/2)

O mercado de comunicação para ACE é escasso. A maioria das agências é generalista. Ser especialista nesse setor é **vantagem competitiva real e defensável**.

#### 2. Potencial de Conversão (2/2)

Quem busca comunicação B2B para arquitetura e engenharia tem **ticket médio elevado** e alta intenção de compra. O nicho escolhido é estrategicamente rentável.

#### 3. Nome e Posicionamento

"Canella Comunica" tem sonoridade profissional e diferenciada. A bio declara o nicho em menos de 10 palavras — comunicação imediata do território.

## Slide 6: Fraquezas — O que está faltando

### ✖ Gaps Críticos

#### ● Prova Social (0/2) — Urgente

Nenhum dado de credibilidade visível: clientes atendidos, cases, depoimentos, resultados obtidos. Em B2B, **quem não mostra resultado não vende**.

#### ● Benefícios Tangíveis (1/2)

A bio diz "o que" (comunicação para ACE) mas não diz "o que você ganha": mais contratos, autoridade no segmento, visibilidade com construtoras, posicionamento como referência.

#### ● CTA Ausente

Nenhuma chamada à ação identificada. O visitante do perfil não sabe qual próximo passo tomar. **Perfis profissionais B2B precisam guiar a jornada**.

#### ● Presença Omnichannel Fraca

Sem site próprio e sem LinkedIn identificado — dois canais críticos para B2B. A credibilidade digital B2B exige múltiplos pontos de contato.

## Slide 7: Top 5 Recomendações

### Plano de Ação 30 dias

Prioridade	Ação	Impacto	Esforço
● 1	Adicionar CTA na bio + link de agendamento	+3pts conversão	1h
● 2	Criar destaque "Cases" com 3 projetos	+2pts prova social	1 dia
● 3	Publicar depoimento de cliente ACE	+1pt credibilidade	30min
● 4	Criar perfil LinkedIn (empresa ou pessoal)	+1pt presença B2B	2h
● 5	Landing page simples (portfólio + contato)	+2pts autoridade	1 semana

**ROI estimado:** Implementando as 3 primeiras ações, o score sobe de 11 para **14–15/20 (Forte)**.

## Slide 8: Conclusão e Próximos Passos

### Síntese do Diagnóstico

A **Canella Comunica** tem um **posicionamento estratégico sólido** — nicho ACE bem definido, nome profissional e público de alto valor. O problema não é identidade, é **prova e conversão**.

### O diagnóstico em uma frase:

"Ótimo território, pouca evidência. A proposta existe, mas não está sendo comunicada com força suficiente para converter."

### Próximo Nível: Score 14–17 (Forte)

Para chegar lá, basta:

1. **Mostrar resultados** (cases, números, depoimentos)
2. **Guiar a conversão** (CTA claro na bio e posts)
3. **Expandir presença B2B** (LinkedIn + site)