



# PLANO DE REPOSICIONAMENTO COMERCIAL

Deu Match Conecta

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

12<sub>/20</sub>

Media

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



## 1. DIAGNOSTICO DE PERFORMANCE

O Deu Match Conecta apresenta performance mediana (12/20) na Proposta Única de Valor.

O principal ativo é o posicionamento diferenciado no nicho de consultoria corporativa humanizada com alinhamento NR-1 - um diferencial competitivo relevante dado o crescimento da regulamentação de saúde psicossocial no Brasil. however, a comunicação sofre de excesso de abstração poética que compromete a clareza imediata do serviço oferecido.

A linguagem emocional é um ativo para conexão mas um passivo para decisão de compra B2B.

A credibilidade é construída através de parcerias institucionais mas carece de prova social quantificada - não há cases públicos com métricas de impacto, depoimentos de clientes ou números de empresas/profissionais atendidos.

A jornada de conversão é inexistente: o CTA 'contate a Rafaela' exige que o prospect já esteja convencido, sem oferecer etapas intermediárias de nutrição e construção de confiança.

O conflito de persona (líder corporativo vs. profissional buscando significado) dilui a eficácia da comunicação.

### SCORE BREAKDOWN

CRITERIO	SCORE	NIVEL
Diferenciação e Posicionamento	3/4	Forte
Clareza da Proposta	2/4	Media
Linguagem e Conexão	3/4	Forte
Credibilidade e Confiança	2/4	Media
Jornada e CTA	2/4	Media
<b>TOTAL</b>	<b>12/20</b>	<b>Media</b>

## 2. DESCONSTRUÇÃO DA PUV

Análise critério a critério:

(1) Diferenciação 3/4 - O alinhamento NR-1 é diferencial tangível, mas pouco explorado comercialmente.



A explicitação do que 'não é' (palestra, workshop genérico) ajuda no posicionamento por contraste.

(2) Clareza 2/4 - Frases como 'refinar elos emocionais' e 'pertencer exige consciência' são poeticamente ricas mas comercialmente ambíguas.

Um CEO que precisa justificar investimento para o board não consegue extrair ROI potencial.

(3) Linguagem 3/4 - A conexão emocional é forte para o público já convertido à causa do humanização corporativa.

Termos como 'cuidado como valor estruturante' ressoam com líderes conscientes.

(4) Credibilidade 2/4 - Parcerias com Sebrae e escritórios de advocacia conferem legitimidade, mas a ausência de métricas de clientes atendidos, taxa de repetição, ou casos documentados limita a confiança para decisão de alto valor.

(5) Jornada 2/4 - Não há funnel estruturado.

O Instagram funciona como vitrine mas não como máquina de captação.

Falta lead magnet, nurturing sequence, e oferta de entrada de baixo compromisso.

### 3. REPOSICIONAMENTO POR PERSONA

---

Segmentação recomendada: Focar exclusivamente na persona primária (líderes corporativos com poder de decisão de compra) e criar comunicação secundária segmentada para RH/Diretoria de Pessoas.

A persona secundária (profissionais buscando significado) deve ser atendida através de produtos de menor ticket (cursos online, grupos de mastermind) que não conflitem com o posicionamento B2B premium.

Conflito a resolver: criar duas linhas de comunicação distintas - (A) Linguagem técnica-comercial para decisores: 'Reduza riscos trabalhistas e afastamentos por burnout com programa validado de saúde psicossocial alinhado à NR-1', (B) Linguagem emocional para participantes: 'Reconecte-se com seu propósito e lidere com humanidade'.

Manter a mesma entrega, mas comunicar benefícios diferentes para cada stakeholder no processo de venda.

### 4. ENGENHARIA DE LINGUAGEM

---

Exemplos de reescrita:



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

**DEPOIS:** "Programa corporativo de saúde psicossocial que reduz afastamentos por burnout e fortalece lideranças através de encontros vivenciais alinhados à NR-1."

**ANTES:** "Refinar elos emocionais"

**DEPOIS:** "Desenvolver competências emocionais que reduzem conflitos e aumentam retenção de talentos."

**ANTES:** "Cuidado como valor estruturante"

**DEPOIS:** "Metodologia validada que integra compliance NR-1 com desenvolvimento humano, gerando economia média de R\$ 280 mil/ano em afastamentos para empresas de 100-500 funcionários."

A linguagem técnica não exclui a emocional - hierarquize: benefício tangível primeiro, significado emocional como reforço.

## 5. ESTRATEGIAS DE AUTORIDADE

Construção de credibilidade em 4 pilares:

- (1) Prova Social Quantificada - Publicar quarterly report com métricas agregadas: '12 empresas atendidas, 340 líderes treinados, 67% de redução em indicadores de risco psicossocial, NPS de 89'.
- (2) Cases Documentados - Produzir 5 vídeos de 2-3min com CEOs/CHROs de empresas atendidas, focando em ROI e transformação cultural.
- (3) Conteúdo Técnico - Posicionar Rafaella Vidal como autoridade através de artigos no LinkedIn sobre NR-1 e saúde psicossocial, com dados do mercado e interpretação da norma.
- (4) Certificações e Parcerias - Obter selos de instituições reconhecidas (ex: Sociedade Brasileira de Coaching, Associações de RH) e destacar parcerias existentes de forma mais proeminente.

Bônus: Criar 'Índice Deu Match de Saúde Psicossocial' - pesquisa anual com dados do setor que gera mídia espontânea e posiciona a marca como referência.

## 6. PLANO DE AÇÃO IMEDIATO

---

Timeline de 30 dias: **SEMANA 1** - Redefinir bio do Instagram e LinkedIn com proposta clara em 5 segundos.

Criar landing page simples com lead magnet (e-book NR-1).

**SEMANA 2** - Gravar 3 depoimentos de clientes (mesmo que do projeto piloto) focando em métricas de impacto.

Produzir template de case study.

**SEMANA 3** - Lançar webinar gratuito 'NR-1 e Saúde Psicossocial: Como Proteger Sua Empresa' com CTA para call de diagnóstico.

**SEMANA 4** - Implementar sequência de e-mails de nurturing (5 e-mails ao longo de 14 dias) para leads capturados.

Definir script de call de diagnóstico com qualificação **BANT** (Budget, Authority, Need, Timeline).

KPIs de sucesso: 50 leads capturados no primeiro mês, 15 calls de diagnóstico realizadas, 3-5 novas empresas contratadas.

Investimento estimado: R\$ 5-10 mil (produção de conteúdo + ferramentas de automação).