



DIAGNOSTICO DE POSICIONAMIENTO

DEU MATCH CONECTA

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

12_{/20}

Media



SCORE OVERVIEW

Diferenciacao e Posicionamento



3/4

Clareza da Proposta



2/4

Linguagem e Conexao



3/4

Credibilidade e Confianca



2/4

Jornada e CTA



2/4

12

/20

Media



CRITERIO 1: DIFERENCIACAO E POSICIONAMENTO

O Deu Match Conecta se posiciona de forma distinta no mercado ao unir 'estratégia, saúde emocional e negócios' em vez de focar apenas em encontros amorosos como concorrentes tradicionais. O posicionamento 'não é para todo mundo' cria exclusividade, mas ainda carece de clareza sobre o que exatamente diferencia o serviço de outras consultorias de relacionamento ou networking empresarial.

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Um ecossistema de conexões onde pessoas, empresas e oportunidades se encontram e se fortalecem', 'Mais do que reunir pessoas, o Deu Match Conecta atua como um elo inteligente entre estratégia, saúde emocional e negócios', 'O Deu Match Conecta não é para todo mundo'

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Definir claramente qual problema específico resolve que concorrentes como Erica Queiroz (2.000+ atendidos) ou apps como Hinge não resolvem. Especificar se é consultoria amorosa, networking empresarial ou implementação de NR-1.

3

/4

CRITERIO 2: CLAREZA DA PROPOSTA

A proposta é ambígua e leva mais de 10 segundos para compreender. O perfil mistura múltiplas ofertas (conexões amorosas, eventos corporativos, implementação de NR-1, saúde emocional) sem hierarquia clara. Frases como 'pertencer exige consciência, respeito e entrega' são poéticas mas não comunicam o serviço concreto em 5 segundos.

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Conexão é escolha, e que pertencer exige mais do que estar, exige consciência, respeito e entrega', 'Ambientes de trabalho mais humanos, saudáveis e conscientes', 'O cuidado como valor estruturante e estratégia'

2

/4

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Criar um headline único que responda em 5 segundos: 'O que é', 'Para quem é' e 'Qual resultado entrega'. Exemplo: 'Consultoria de conexões estratégicas para mulheres líderes que buscam relacionamentos amorosos com propósito'.



CRITERIO 3: LINGUAGEM E CONEXAO

A linguagem é emocional e poética, ressoando com um público específico que valoriza profundidade e propósito. Termos como 'match', 'elo inteligente', 'cuidado como estratégia' criam identidade. Porém, o tom excessivamente abstrato pode alienar pessoas que buscam objetividade e resultados tangíveis.

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'In the light of love, we are home', 'O match mais lindo da vida', 'Caminhar acompanhada por uma rede potente e generosa de mulheres'

OPORTUNIDADE DE SALTO (3 → 4)

Balancear linguagem emocional com benefícios concretos. Manter a poesia mas adicionar clareza: 'Conexões que transformam' + 'X empresas atendidas' ou 'X relacionamentos consolidados'.

3

/4

CRITERIO 4: CREDIBILIDADE E CONFIANCA

Há prova social moderada através de parcerias mencionadas (Sebrae, Grupo Schmitz Auditores, Casa de Teté) e presença no LinkedIn da fundadora Rafaella Vidal. Porém, faltam métricas concretas (número de clientes atendidos, taxa de sucesso, depoimentos específicos) que concorrentes como Erica Queiroz demonstram ('Mais de 2.000 atendidos'). Os ~136 seguidores no Instagram indicam tração inicial limitada.

2
/4

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

Parcerias citadas: Sebrae, Grupo Schmitz Auditores, Soluz Produtora, Eventos realizados mencionados no LinkedIn, Fundadora identificada como advogada empresarial

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Adicionar números concretos (clientes atendidos, eventos realizados, taxa de satisfação), depoimentos em vídeo/texto de clientes, e cases de sucesso com resultados mensuráveis.



CRITERIO 5: JORNADA E CTA

CTAs existem mas são genéricos e fragmentados. 'Regista-te no link da linktree da minha bio' e 'Acesse nosso site' não criam urgência ou clareza sobre o próximo passo. Não há jornada guiada visível no perfil - o usuário precisa adivinhar qual serviço escolher entre as múltiplas ofertas apresentadas.

EVIDENCIAS ENCONTRADAS:

'Regista-te no link da linktree da minha bio', 'Acesse nosso site para conferir todas as soluções Match', 'Contato oamor@oamorestanarede.com.br' (de concorrente, não do alvo)

OPORTUNIDADE DE SALTO (2 → 3)

Criar CTA específico por persona: 'Agende sua consultoria amorosa' para indivíduos, 'Solicite proposta para sua empresa' para B2B. Adicionar urgência ('Vagas limitadas para janeiro') e clareza sobre o que acontece após o clique.

2

/4



Logo

ONDE PODEMOS ESCALAR

0 salto de 3 para 4 em cada criterio

Diferenciação e Posicionamento: Definir claramente qual problema específico resolve que concorrentes como Erica Queiroz (2.000+ atendidos) ou apps como Hinge não resolvem. Especificar se é consultoria amorosa, networking empresarial ou implementação de NR-1.

Clareza da Proposta: Criar um headline único que responda em 5 segundos: 'O que é', 'Para quem é' e 'Qual resultado entrega'. Exemplo: 'Consultoria de conexões estratégicas para mulheres líderes que buscam relacionamentos amorosos com propósito'.

Linguagem e Conexão: Balancear linguagem emocional com benefícios concretos. Manter a poesia mas adicionar clareza: 'Conexões que transformam' + 'X empresas atendidas' ou 'X relacionamentos consolidados'.

Credibilidade e Confiança: Adicionar números concretos (clientes atendidos, eventos realizados, taxa de satisfação), depoimentos em vídeo/texto de clientes, e cases de sucesso com resultados mensuráveis.

Jornada e CTA: Criar CTA específico por persona: 'Agende sua consultoria amorosa' para indivíduos, 'Solicite proposta para



TOP 3 ACOES PRIORIZADAS

1. Definir proposta única em 1 frase até 31/01: Escolher UM posicionamento principal (consultoria amorosa OU eventos corporativos OU NR-1) e criar headline clara: 'Ajudo [persona] a [resultado] através de [método]'. Testar com 10 pessoas do público-alvo.

2. Adicionar prova social concreta até 07/02: Coletar 3-5 depoimentos em vídeo/texto de clientes com resultados específicos, criar seção 'Números' (eventos realizados, pessoas conectadas, satisfação), e destacar parcerias com logos visíveis no perfil.

3. Reestruturar jornada e CTA até 14/02: Criar Linktree segmentado com CTAs claros por persona ('Quero consultoria amorosa' | 'Quero evento para minha empresa'), adicionar formulário de qualificação, e implementar follow-up automatizado via WhatsApp/Email.

PERSONA PRIMARIA

Mulheres profissionais e líderes (30-50 anos) que buscam conexões genuínas tanto no âmbito amoroso quanto profissional, valorizam propósito, saúde emocional e cuidado como estratégia, e estão dispostas a investir em experiências imersivas e personalizadas.

Conflito: Conflito significativo de comunicação entre personas: o perfil tenta atender simultaneamente indivíduos



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.