

DIAGNOSTICO DE POSICIONAMENTO

Canella Comunicacao

WEBSITE | <https://www.canellacomunica.com.br>

17 /20

Forte

Score Overview



17

/20

Forte

Critério 1: Diferenciação e Posicionamento

Posicionamento excepcional: nicho claro (arquitetos/engenheiros), proposta única (consultoria vs agência), linguagem de exclusividade.

Evidências encontradas:

Menos clientes, mais transformação, Consultoria dedicada vs agência genérica

Oportunidade de Salto (4 → 4)

Já no nível máximo

4

/4

Criterio 2: Clareza da Proposta/Beneficio

Em 5 segundos o visitante entende: estrategia de marca para escritorios de arquitetura/engenharia.

Evidencias encontradas:

Estrategia de marca para escritorios que projetam o futuro

Oportunidade de Salto (4 → 4)

Ja no nivel maximo

4

/4

Critério 3: Linguagem e Conexão Emocional

Linguagem sofisticada que conecta com a dor do público: escritórios brilhantes que permanecem invisíveis.

Evidências encontradas:

Escritórios brilhantes permanecerem invisíveis enquanto trabalhos medianos ganhavam destaque

4

/4

Oportunidade de Salto (4 → 4)

Já no nível máximo

Critério 4: Credibilidade e Confiança

Prova social presente mas poderia ser mais forte com numeros e depoimentos visiveis.

Evidencias encontradas:

Processo exclusivo em 4 etapas

Oportunidade de Salto (3 → 4)

Adicionar depoimentos de clientes com foto e resultado mensuravel

3

/4

Criterio 5: Jornada Guiada e CTA

CTA presente (Solicite seu Diagnostico Estrategico) mas poderia ser mais proeminente e urgente.

Evidencias encontradas:

Solicite seu Diagnostico Estrategico

Oportunidade de Salto (2 → 3)

Tornar CTA mais visivel, adicionar urgencia (vagas limitadas), incluir CTA intermediario

2

/4

Onde Podemos Escalar

O salto de 3 para 4 em cada criterio

Diferenciação e Posicionamento: Já no nível máximo

Clareza da Proposta/Benefício: Já no nível máximo

Linguagem e Conexão Emocional: Já no nível máximo

Credibilidade e Confiança: Adicionar depoimentos de clientes com foto e resultado mensurável

Jornada Guiada e CTA: Tornar CTA mais visível, adicionar urgência (vagas limitadas), incluir CTA intermediário

Top 3 Acoes Priorizadas

1. Adicionar secao de depoimentos com foto, nome e resultado mensuravel de clientes atendidos
2. Tornar CTA principal mais proeminente com cor contrastante e mensagem de urgencia (vagas limitadas)
3. Incluir CTA intermediario no meio da pagina para captura de leads (ex: download de guia gratuito)

Persona Primaria

Arquitetos e engenheiros donos de escritorio que querem se posicionar como referencia

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