

# PRD: Website Institucional Estratégia Viva - "A Ponte Digital"

- **Produto:** Website Institucional da Consultoria Estratégia Viva
- **Versão:** 1.0

## 1. Introdução e Visão Geral

**1.1. O Problema:** A Estratégia Viva possui uma metodologia de consultoria profunda, diferenciada e transformadora ("Arquitetamos Ecossistemas Vivos"). No entanto, carece de uma presença digital que (a) comunique a profundidade desta tese de forma clara, (b) atraia e qualifique o cliente ideal, e (c) sirva como uma ponte de baixo atrito para iniciar conversas estratégicas. A ausência desta "Ponte Digital" limita o alcance e o impacto da consultoria.

**1.2. A Solução:** Construir um website institucional que seja a **manifestação digital do arquétipo do "Artífice da Ponte"**. O site não será um simples cartão de visitas, mas uma experiência imersiva que traduz a filosofia da Estratégia Viva em uma jornada digital. Ele deve educar o visitante sobre uma nova forma de ver sua organização (como um organismo), ajudá-lo a se auto-diagnosticar e convidá-lo a iniciar uma jornada de transformação conosco.

### 1.3. Glossário do Ecossistema:

- **Ecossistema Vivo:** Organização vista como um organismo, com Alma, Conexões, Nutrição e Raízes.
- **Artífice da Ponte:** O arquétipo da Estratégia Viva - um construtor que une mundos (visão e realidade, propósito e operação).
- **Jornadas:** Os serviços oferecidos, enquadrados como caminhos de transformação.

## 2. Objetivos Estratégicos e Métricas de Sucesso (KPIs)

O site deve cumprir três funções estratégicas mensuráveis:

Objetivo Estratégico	Descrição	KPIs Primários
1. Educar	Ensinar ao visitante a tese central de que organizações são organismos vivos, mudando seu paradigma de pensamento.	- Tempo médio na página "/nossa-filosofia" > 2 minutos. - Taxa de rejeição da Home < 40%. - Visualizações nos artigos do blog (Insights).
	Ajudar o visitante a se identificar com os desafios que resolvemos e a entender qual	- Taxa de cliques da Home para a página "/jornadas" > 15%. - Cliques nos botões "Saiba Mais" de cada

3. Conectar	"Jornada" é a mais adequada para seu momento.	jornada. - Profundidade da visita (páginas/sessão) > 2.5.
	Servir como uma ponte de baixo atrito para uma conversa de diagnóstico inicial, o primeiro passo da parceria.	- Número de formulários de contato preenchidos por mês (Meta: 10+). - Taxa de conversão da página de Contato > 5%. - Cliques no CTA principal "Agende uma Conversa".

---

### 3. Público-Alvo e Personas

O público-alvo primário são líderes que sentem um desalinhamento entre o propósito e a operação de suas organizações.

- **Persona 1: Lívia, a Líder de Impacto.**
    - **Cargo:** Diretora Executiva de uma ONG ou Instituto.
    - **Desafio:** Equipe apaixonada, mas esgotada. Captação de recursos pontual e heroica. Sente que a "paixão" não está se traduzindo em uma estrutura sustentável.
    - **O que busca no site:** Clareza, um método que entenda sua realidade, e a confiança de que não está sozinha em seu desafio.
  - **Persona 2: Marcos, o Fundador Consciente.**
    - **Cargo:** Fundador de uma startup de crescimento rápido.
    - **Desafio:** A cultura inicial, vibrante e colaborativa, está se perdendo com o crescimento. Os processos estão se tornando burocráticos e desalinhados dos valores originais.
    - **O que busca no site:** Uma abordagem que integre crescimento com cultura, uma alternativa aos modelos de gestão "enlatados".
  - **Persona 3: Carla, a Gestora de Cultura.**
    - **Cargo:** Gerente de RH, Cultura ou Inovação em uma empresa estabelecida.
    - **Desafio:** Percebe um claro desalinhamento entre o discurso da empresa (valores na parede) e a prática diária. Busca ferramentas para iniciar uma conversa sobre transformação interna com a liderança.
    - **O que busca no site:** Um framework robusto (a tese dos 4 pilares) para diagnosticar sua organização e um parceiro com credibilidade para propor uma mudança profunda.
- 

### 4. Arquitetura da Informação (Sitemap)

A estrutura do site será a seguinte:

- / (Home) - A Vitrine
- /nossa-filosofia - O Coração (Apresentação do Manifesto)
- /jornadas - Os Caminhos (Página principal dos serviços)
  - /jornadas/diagnostico-dna (Sub-página da Jornada de Entrada)
  - /jornadas/arquitetura-ecossistema (Sub-página da Jornada Principal)
  - /jornadas/ciclo-de-cultivo (Sub-página da Jornada de Continuidade)

- /estudo-de-caso - A Prova
  - /insights - O Ateliê (Blog)
  - /contato - A Ponte
- 

## 5. Requisitos Funcionais e Conteúdo por Página

*Esta seção utiliza o conteúdo detalhado fornecido no documento "Conteúdo Site Estratégia Viva".*

### 5.1. Página 1: Home (/)

- **Objetivo:** Capturar a atenção em 5 segundos, comunicar a tese central e guiar o visitante para as seções mais importantes.
- **Estrutura e Conteúdo:**
  - **Seção 1 (Hero):** Título H1 "Sua organização é uma máquina ou um organismo?". Parágrafo de apoio. CTA Primário: "Agende uma Conversa".
  - **Seção 2 (Tese Central):** Título H2 "Organismos florescem. Máquinas se desgastam.". Introdução às 4 forças vitais (Alma, Conexões, Narrativa, Raízes) com ícones e texto curto.
  - **Seção 3 (As Jornadas):** Apresentação visual das 3 jornadas em 3 colunas, com texto e link "Saiba Mais" para cada uma.
  - **Seção 4 (A Prova):** Snippet destacado do Estudo de Caso com um resultado principal e um CTA "Veja a Transformação" que leva para /estudo-de-caso.
  - **Seção 5 (O Chamado):** Citação poderosa do manifesto e um CTA "Conheça Nossa Filosofia" que leva para /nossa-filosofia.

### 5.2. Página 2: Nossa Filosofia (/nossa-filosofia)

- **Objetivo:** Construir uma conexão profunda, detalhando a visão de mundo da Estratégia Viva. Fazer o cliente ideal pensar "eles realmente me entendem".
- **Estrutura e Conteúdo:**
  - **Seção 1 (Cabeçalho):** Título H1 "Nós acreditamos que as organizações podem ser uma força de regeneração no mundo."
  - **Seção 2 (O Manifesto):** Apresentação do "Manifesto Fundador da Estratégia Viva" na íntegra. O design deve ser elegante, focado na leitura, com tipografia impecável.
  - **Seção 3 (O Inimigo que Desafiamos):** Seção que detalha a luta contra a fragmentação, superficialidade e visão extrativista.
  - **Seção 4 (O Artífice da Ponte):** Explicação sobre o arquétipo.
  - **Seção 5 (CTA Final):** Um convite claro para explorar as jornadas. CTA: "Descubra seu Caminho de Transformação".

### 5.3. Página 3: As Jornadas (/jornadas e Sub-páginas)

- **Objetivo:** Apresentar o portfólio de forma clara, ajudando o cliente a se auto-qualificar.

- **Estrutura e Conteúdo (/jornadas):**
  - Layout de 3 seções, uma para cada serviço (Diagnóstico, Arquitetura, Cultivo).
  - Cada seção deve conter: Título, Texto de apoio, "Para Quem é Ideal" (bullet points), e um CTA que leva para a sub-página específica.
- **Estrutura e Conteúdo (Sub-páginas):**
  - Cada sub-página deve seguir a estrutura do documento "Portfólio de Serviços": Título, Texto detalhado, Para Quem é Ideal, Resultados Esperados, Duração Estimada, e um CTA específico e claro (ex: "Solicite uma Proposta para o Diagnóstico").

#### 5.4. Página 4: Estudo de Caso (/estudo-de-caso)

- **Objetivo:** Provar a eficácia da metodologia com uma história real e envolvente.
- **Estrutura e Conteúdo:**
  - Título H1 e Subtítulo.
  - **Seção 1 (O Desafio):** Texto descrevendo a situação inicial.
  - **Seção 2 (Nossa Atuação):** Texto detalhando a aplicação do método.
  - **Seção 3 (A Transformação):** Resultados mensuráveis apresentados com bullet points e ícones de check.
  - **Seção 4 (Depoimento):** Citação do cliente em destaque (blockquote) com nome e cargo.

#### 5.5. Página 5: Insights (/insights)

- **Objetivo:** Demonstrar expertise, construir autoridade e gerar tráfego orgânico (SEO).
- **Estrutura e Conteúdo:**
  - Estrutura de blog padrão (grade ou lista de artigos).
  - **Funcionalidade Essencial:** Sistema de filtros/categorias baseado nas quatro forças vitais: "Alma & Propósito", "Conexões", "Narrativa & Nutrição", "Raízes & Estrutura".
  - Cada post de blog terá uma página individual.

#### 5.6. Página 6: Contato (/contato)

- **Objetivo:** Tornar o ato de entrar em contato o mais simples e convidativo possível.
- **Estrutura e Conteúdo:**
  - Título H1 "Vamos construir juntos?".
  - Texto de apoio convidativo e sem pressão.
  - Formulário de contato simples: Nome, E-mail, Nome da Organização, "Como podemos ajudar?" (campo de texto aberto).
  - Informações de contato adicionais abaixo do formulário (e-mail, WhatsApp, LinkedIn).

---

## 6. Requisitos de Design e Experiência do Usuário (UX/UI)

- **Referência Principal:** O site deve seguir rigorosamente o "**Brand Guide: Estratégia Viva**".
  - **Estilo Visual:** Minimalista, sofisticado, orgânico, com muito espaço em branco. A sensação deve ser de calma, clareza e profundidade.
  - **Cores:** Primária: Azul Profundo (#002536). Destaque: Dourado/Bronze (#A88F59). Fundo: Branco/Off-white (#F5F5DC).
  - **Tipografia:** Títulos: Montserrat Bold. Corpo de Texto: Open Sans Regular.
  - **Imagens e Gráficos:** Evitar fotos de banco genéricas. Priorizar ilustrações customizadas no estilo do logo (elementos de pontes, folhas, circuitos) e padrões abstratos. As fotos, se usadas, devem ser autênticas e de alta qualidade.
  - **Micro-interações:** Animações sutis (fade-in, transições suaves) para reforçar a sensação de sofisticação e fluidez.
- 

## 7. Requisitos Não-Funcionais (Técnicos)

- **Responsividade:** O layout deve ser impecável em todos os dispositivos (mobile-first).
  - **Performance:** O tempo de carregamento da página deve ser < 3 segundos. Otimização de imagens, uso de caching e código limpo são mandatórios.
  - **SEO (Otimização para Buscadores):** Estrutura de URLs amigáveis (ex: /jornadas/diagnostico-dna), meta tags editáveis para cada página, sitemap.xml gerado automaticamente.
  - **Segurança:** Implementação de certificado SSL (HTTPS). Proteção contra vulnerabilidades comuns.
  - **Analytics:** Integração com Google Analytics 4 para monitorar os KPIs definidos na Seção 2.
  - **Navegadores:** Compatibilidade com as últimas duas versões do Chrome, Firefox, Safari e Edge.
- 

## PRD: Website Institucional Estratégia Viva - "A Ponte Digital"

- **Produto:** Plataforma Digital da Consultoria Estratégia Viva
- **Versão:** 1.1

### 1. Introdução e Visão Geral (Atualizado)

#### 1.1. O Problema: ... (Mantido da v1.0)

**1.2. A Solução:** Construir uma **plataforma digital** que seja a manifestação do arquétipo do "Artífice da Ponte". A plataforma não será um simples site, mas uma experiência imersiva e funcional que traduz a filosofia da Estratégia Viva. Ela irá educar visitantes globais através de conteúdo multilíngue, qualificar leads através de landing pages de produtos focadas em conversão, e conectar de forma fluida com um sistema de

agendamento integrado. Adicionalmente, oferecerá um espaço exclusivo para clientes através de uma área de membros, aprofundando o relacionamento e a entrega de valor.

### 1.3. Glossário do Ecossistema: ... (Mantido da v1.0)

---

## 2. Objetivos Estratégicos e Métricas de Sucesso (KPIs) (Atualizado)

As funções estratégicas foram expandidas para incluir a **Nutrição** do relacionamento com o cliente.

Objetivo Estratégico	Descrição	KPIs Primários
1. Educar	... (Mantido da v1.0)	... (Mantido da v1.0)  - <b>NOVO:</b> Tráfego e engajamento nas páginas em outros idiomas.
2. Qualificar	... (Mantido da v1.0)	... (Mantido da v1.0)  - <b>NOVO:</b> Taxa de conversão de cada landing page de produto (>8%).
3. Conectar	... (Mantido da v1.0)	- <b>ATUALIZADO:</b> Número de reuniões agendadas diretamente pelo site (Meta: 8+). - Taxa de conversão do widget de agendamento. - Redução no tempo médio para agendar a primeira conversa.
4. Nutrir (NOVO)	Oferecer valor contínuo e aprofundar o relacionamento com clientes através de um portal exclusivo.	- Número de membros ativos na área logada. - Taxa de login mensal > 30%. - Consumo do conteúdo exclusivo.

---

## 3. Público-Alvo e Personas

... (Mantido da v1.0, as novas funcionalidades atendem às mesmas personas em diferentes estágios de sua jornada).

---

## 4. Arquitetura da Informação (Sitemap) (Atualizado)

A estrutura do site é expandida para acomodar as novas funcionalidades:

- / (Home) - A Vitrine
- /nossa-filosofia - O Coração
- /jornadas - Os Caminhos
  - ... (sub-páginas mantidas)
- **NOVO:** /solucoes - O Ateliê (Página agregadora dos produtos acessíveis)
  - /solucoes/decodificacao-da-alma (Landing Page)

- /solucoes/ponte-digital (Landing Page)
    - /solucoes/inteligencia-simbiotica (Landing Page)
  - /estudo-de-caso - A Prova
  - /insights - O Ateliê (Blog)
  - /contato - A Ponte
  - NOVO: /login - Acesso ao Portal
  - NOVO: /membros/ - O Círculo Interno (Conteúdo protegido)
    - /membros/painel
    - /membros/recursos
    - /membros/perfil
  - **Funcionalidade Global:** Seletor de Idiomas (ex: /en/nossa-filosofia).
- 

## 5. Requisitos Funcionais e Conteúdo por Página (Atualizado)

... (Seções 5.1 a 5.6 mantidas conforme v1.0). **As seguintes seções são adicionadas:**

### 5.7. Landing Pages de Produtos Acessíveis (/solucoes/...) (NOVO)

- **Objetivo:** Gerar leads qualificados para os serviços de entrada de forma direta e eficiente.
- **Estrutura e Conteúdo (Template para cada landing page):**
  - **Hero:** Título focado no resultado (Ex: "Revele a Alma da sua Marca"). Proposta de valor clara e um CTA principal.
  - **Problema/Solução:** Seção que descreve o desafio que o produto resolve.
  - **Detalhes do Serviço:** O que está incluso/não incluso, processo e entregáveis.
  - **Para Quem é Ideal:** Bullet points para rápida identificação do público.
  - **Prova Social:** Depoimentos de clientes que contrataram o serviço.
  - **CTA Final:** Formulário de contato específico para o produto ou link direto para o sistema de agendamento.

### 5.8. Sistema de Agendamento Integrado (NOVO)

- **Objetivo:** Eliminar o atrito no processo de marcar uma conversa, aumentando a taxa de conversão do interesse em uma reunião real.
- **Requisitos Funcionais:**
  - O CTA "Agende uma Conversa" (e outros CTAs de conexão) irá abrir um widget/pop-up de agendamento.
  - O sistema deve se integrar com uma agenda externa (ex: Google Calendar, Microsoft 365) para exibir apenas horários realmente disponíveis.
  - O usuário pode selecionar o dia/horário e preencher seus dados (nome, e-mail, empresa) para confirmar a reunião.
  - O sistema deve enviar e-mails de confirmação automáticos para ambas as partes (cliente e Estratégia Viva).
  - Deve permitir a inclusão de perguntas de qualificação no formulário de agendamento.

## 5.9. Área de Membros (/login, /membros/) (NOVO)

- **Objetivo:** Criar um espaço de valor exclusivo para clientes atuais e passados, fortalecendo a lealdade e permitindo a entrega de materiais de projetos.
- **Requisitos Funcionais:**
  - **Página de Login (/login):** Campos para e-mail/senha e link para "Esqueci minha senha".
  - **Cadastro de Usuário:** O processo de cadastro será manual inicialmente (realizado pelo administrador) para garantir exclusividade.
  - **Recuperação de Senha:** Fluxo automatizado por e-mail.
  - **Conteúdo Protegido:** Todas as páginas sob /membros/ devem exigir login ativo.
  - **Painel do Membro (/membros/painel):** Página inicial após o login, com boas-vindas e links rápidos para os recursos.
  - **Biblioteca de Recursos (/membros/recursos):** Área para disponibilizar materiais exclusivos, como templates, guias e gravações de workshops.

## 5.10. Suporte Multilíngue (NOVO)

- **Objetivo:** Tornar a filosofia e os serviços da Estratégia Viva acessíveis a um público internacional, começando com o Inglês.
- **Requisitos Funcionais:**
  - Um seletor de idiomas claro e acessível deve estar presente no cabeçalho e/ou rodapé do site.
  - A estrutura de URL deve ser amigável para SEO (ex: dominio.com/en/ para inglês, dominio.com/ para português).
  - O CMS deve permitir a fácil gestão de traduções, conectando a página original à sua versão traduzida.
  - Todos os textos, menus, botões e formulários devem ser traduzíveis.

---

## 6. Requisitos de Design e Experiência do Usuário (UX/UI)

... (Mantido da v1.0, com a adição de que o design deve ser consistente nas novas seções, como a área de membros e as landing pages).

---

## 7. Requisitos Não-Funcionais (Técnicos) (Atualizado)

- ... (Responsividade, Performance, SEO mantidos)
- **SEO (Atualizado):** Deve incluir a implementação correta de tags hreflang para gerenciar o conteúdo multilíngue e indicar aos buscadores as versões de cada página.
- **Segurança (Atualizado):** Com a área de membros, a segurança se torna crítica. Requisitos incluem: autenticação segura, proteção contra ataques de força bruta, conformidade com leis de proteção de dados (LGPD/GDPR) para os dados dos membros.



- **Internacionalização (i18n):** A arquitetura do site (backend e frontend) deve ser construída desde o início para suportar múltiplos idiomas e localidades.
  - ... (Analytics e Navegadores mantidos).
-