

# Authority Distribution Engine Export

SRT ID: 1ca2b6cd-6b8a-4b7a-b8ad-89a11528bb40

Arquivo: teste.srt.txt

Gerado em: 2026-02-20T17:29:52.531Z

Status atual: done

## Analise narrativa

Tese: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Topicos:

1. vender
2. porque
3. produto

Tipo: story | Polaridade: 9/10

Problema: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro.

Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

Tensao: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

Insight: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

Aplicacao: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Recomendacoes:

1. Refine a tese para o publico-alvo: Empreendedores e criadores digitais B2B.
2. Aplique o objetivo central no texto: Gerar autoridade com aplicacao pratica e ampliar distribuicao multicanal.
3. Use estrategia balanced com tom direto, estrategico e didatico.
4. Estruture a narrativa em problema, tensao, insight e aplicacao para elevar clareza.

## Reels

**Clip 1: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro.**

Janela: 00:00:00.000 -> 00:00:29.600

Legenda: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém que eu acredito que seja muito persistente na maioria das empresas. Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu. Basicamente é o que é tudo. Não tentar vender o céu para alguém que nunca viu as estrelas. Então vamos pensar na situação que eu acho que tu já deve ter passado por isso. Comenta sua maior trava que eu trago o proximo passo. Siga para mais recortes praticos.

Hashtags: #opiniao #autoridade #negocios #vender #porque #produto

Porque funciona: A abertura trabalha gancho forte com frase de impacto: "O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro.". O trecho expõe uma dor real com linguagem direta e permite aplicacao pratica sem contexto externo. O CTA final direciona uma acao objetiva para transformar atencao em interacao qualificada.

Scores: hook 9 | clareza 9 | retencao 9 | share 9

**Clip 2: Tu tem um produto seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.**

Janela: 00:00:29.733 -> 00:00:58.167

Legenda: Tu tem um produto seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto. Então tu vai lá porque cliente faz uma apresentação, mostra para ele, mostra todos os benefícios que a empresa vai ter prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor e no fim ele não compra IT. Daí tu pensa cara, Comenta sua maior trava que eu trago o proximo passo. Siga para mais recortes praticos.

Hashtags: #opiniao #autoridade #negocios #vender #porque #produto

Porque funciona: A abertura trabalha gancho claro com frase de impacto: "Tu tem um produto seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.". O trecho tem sinal concreto que aumenta credibilidade e favorece compartilhamento. O CTA final direciona uma acao objetiva para transformar atencao em interacao qualificada.

Scores: hook 9 | clareza 9 | retencao 9 | share 9

**Clip 3: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida.**

Janela: 00:01:25.633 -> 00:01:53.167

Legenda: Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida. E os caras? Se tu vai num lugar e o cara te dá um vinho de 1.000 € até aquele vinho e vai tomar, pode achar bom, pode achar ruim, mas tu vai tomar e tu vai ter uma sensação sobre aquilo. A cara dela e esse vinho talvez tome um de 200 R\$, um de 50 R\$, um de 20 R\$. Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$. Mas quem Comenta sua maior trava que eu trago o proximo passo. Siga para mais recortes praticos.

Hashtags: #opiniao #autoridade #negocios #vender #porque #produto

Porque funciona: A abertura trabalha gancho claro com frase de impacto: "Então vamos supor que tu nunca tomou vinho na sua vida.". O trecho tem sinal concreto que aumenta credibilidade e favorece compartilhamento. O CTA final direciona uma acao objetiva para transformar atencao em interacao qualificada.

Scores: hook 9 | clareza 9 | retencao 9 | share 9

## **Newsletter**

Headline: Como aplicar vender para Empreendedores e criadores digitais B2B

Subheadline: Objetivo: Gerar autoridade com aplicacao pratica e ampliar distribuicao multicanal.

Estrategia: framework. Mecanismo causal: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

### **Secao 1: Intro**

O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém Tensao: né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando, Contexto: publico Empreendedores e criadores digitais B2B.

### **Secao 2: Insight: Mecanismo causal central**

Mecanismo: O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém

### **Secao 3: Insight: Implicacao pratica 1**

né? Eu tenho a sensação que muitos empreendedores chegam nesse palco para Burro Maluco é um produto que realmente ajuda a empresa dele. Ele não está comprando,

## **Secao 4: Insight: Implicacao pratica 2**

porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

## **Secao 5: Insight: Implicacao pratica 3**

E daí? Tu vai vender para esse cara que faz no papelzinho e o cara vai lá e ele fica no papelzinho. Ai entrou isso, saiu isso, isso, mas isso deu x em x menos imposto deu y y.

## **Secao 6: Aplicacao**

1. Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,
2. É o próximo passo. Lógico, Eu faço no papel dele fazendo o PC para ele me ajudar a não errar nos cálculos e para dar alguma coisinha,
3. Aplique o angulo framework com criterio de authority.

## **Secao 7: CTA**

Se quiser o template completo, responda este post e eu envio o material. Qual metrica voce vai acompanhar na proxima semana para validar a execucao?

## **LinkedIn**

Hook: Seu produto é a Ferrari do setor. Seu cliente está andando de bicicleta. E você não entende por que ele não compra.

Corpo:

1. Esse é o erro mais silencioso em vendas B2B: apresentar a solução completa para quem ainda não tem repertório para enxergar valor nela.
2. Na pratica, funciona assim. Você encontra o cliente ideal. Faz a apresentação perfeita. Mostra que ele vai ganhar mais, reduzir custo, melhorar a operação. E no fim, ele não compra. Você sai pensando que o cara é maluco.
3. Mas o problema não é o cliente. É que o desejo precisa ser construído. Ninguém que nunca tomou vinho na vida vai pagar 1.000 euros numa garrafa. Não porque o vinho seja ruim, mas porque a pessoa não desenvolveu o paladar para perceber a diferença.
4. Em vendas B2B acontece o mesmo. O cara faz o financeiro no papel. Você chega oferecendo um software que automatiza tudo, puxa notas, projeta cenários. Ele olha e fala: isso não é pra minha empresa. Não é rejeição. É susto.
5. O que funciona é vender o proximo passo, não o destino final. Se o cara está no papel, você oferece uma planilha com fórmulas simples. Ele começa a gostar. Pesquisa por conta própria. Ganhá repertório. Aí sim, quando você apresenta o software completo, ele já tem contexto para enxergar o valor.
6. Mesmo que seu software faça 1000 coisas, você vende as duas que resolvem o problema imediato do cliente. Essa é a decisao editorial da venda: escolher o que mostrar com base em onde o cliente está, não em onde você quer que ele chegue.
7. Empresas tradicionais com equipe de vendas erram nisso o tempo todo. Tentam empurrar a solução inteira porque só têm um produto. Mas a forma de apresentar muda tudo. Você não precisa de vários produtos. Precisa de vários enquadramentos do mesmo produto.
8. Quem vende dez passos à frente assusta. Quem vende o passo seguinte converte.

CTA: Pense no seu produto ou serviço principal: qual é o menor proximo passo que você poderia oferecer ao cliente que ainda não tem repertório para a solução completa? Compartilhe aqui nos comentários essa semana?

## **Fontes internas por bloco**

Bloco: hook

- seg 97 (00:07:24.767 -> 00:07:35.267) score 0.480: porque eu não sou, porque eu tenho um software. O meu software pode ser o mais forte do mundo, pode ser o melhor, pode ser a Ferrari do setor. Mas se eu

vejo que o cara está precisando de

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.393: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: body[0]

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.120: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

Bloco: body[1]

- seg 11 (00:00:48.933 -> 00:00:55.167) score 0.393: prova para ele, que ele vai ganhar mais dinheiro, que ele vai reduzir custo, que a operação vai ficar melhor

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.350: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.

Bloco: body[2]

- seg 26 (00:01:47.233 -> 00:01:51.633) score 0.322: Tu não entende tu. Não vejo tanta diferença entre um vinho de 1.000 € para esse vinho de 100 R\$.

- seg 55 (00:03:41.067 -> 00:03:45.867) score 0.288: Se alguém me oferece um vinho de 1.000 € para comprar, eu fala cara, não faz sentido nenhum para mim comprar isso aqui,

Bloco: body[3]

- seg 89 (00:06:31.133 -> 00:06:36.700) score 0.142: cara faz isso nem funciona na minha empresa. Não faz sentido. Não é para mim ser a pessoa rica e você ter uma empresa grande,

- seg 48 (00:03:11.000 -> 00:03:17.467) score 0.106: Não cara, eu colocar um sistema para ti que vai puxar todas as tuas notas, já vai fazer isso, vai pegar o seu custo fixo e já vai dividir por área e fazer aquilo, aquilo, aquilo, aquilo.

Bloco: body[4]

- seg 59 (00:03:59.900 -> 00:04:07.133) score 0.364: porque ele não vai achar que é isso, ele vai se assustar. Então é muito melhor tu vender o próximo passo do que vender o destino final,

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.336: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: body[5]

- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.433: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

Bloco: body[6]

- seg 95 (00:07:12.667 -> 00:07:20.467) score 0.457: e na rede social já é normal fazer isso, mas as empresas tradicionais eu não tenho equipe de vendas, não vê. Eles tentam vender o produto porque às vezes só tem um produto.

- seg 83 (00:05:57.467 -> 00:06:12.200) score 0.390: Você tem obrigação de vender a solução para o cara. Porque eu falo em vendas, tu tem um produto realmente bom, realmente bom, que vai ajudar a pessoa.

Bloco: body[7]

- seg 85 (00:06:16.433 -> 00:06:23.233) score 0.512: São poucas as pessoas que estão lá atrás e já estão pensando lá na frente. Elas nem pensar no próximo passo. Imagina dez passos para frente.

- seg 84 (00:06:12.367 -> 00:06:16.333) score 0.415: vendendo dez passos a frente da empresa dele, o cara vai se assustar.

Bloco: ctaQuestion

- seg 9 (00:00:31.167 -> 00:00:40.733) score 0.337: seu serviço, um produto, qualquer coisa e tu acha um cliente que tu fala cara, esse é o cliente ideal, Esse é o cliente que mais vai conseguir extrair coisas desse produto.
- seg 101 (00:07:43.733 -> 00:07:50.533) score 0.337: Então, mesmo que no meu software eu possa fazer 1000 coisas, eu vou vender as duas coisas que o meu que que é o próximo passo lógico, o meu cliente,

## X

Posts avulsos:

1. Publicar sem recorte por canal destroi retencao. O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
2. Seu melhor insight precisa virar 1 reel + 1 post + 1 thread no mesmo dia. que eu acredito que seja muito persistente na maioria das empresas.
3. Consistencia nao e volume. E sistema. Eu acho que é um erro que a maioria comete e não entende muito bem ou não percebe aquilo como eu. Compartilhe com quem precisa aplicar isso hoje.

Thread:

1. 1/4 O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
2. 2/4 Erro comum: tentar empacotar o mesmo texto para todos os canais. O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
3. 3/4 Ajuste minimo: mude hook, formato e CTA por canal. O rei está tendo uma conversa com os empreendedores e surge uma questão, um erro. Quando você está tentando vender alguma coisa para alguém
4. 4/4 Publico foco: Empreendedores e criadores digitais B2B. Estrategia: provocative.

Style note: provocative, short, tom direto, estrategico e didatico