

Manual de reuniões comerciais

Aceleração e lançamento: dois serviços distintos.

Falas práticas, caminhos de decisão, objeções e retomadas. Base: reuniões de setembro de 2026 e propostas fornecidas pelo João.

Versão inicial consolidada - 02/10/2026

Antes de fechar: confirmar preços, parcelas, comissão e garantias apontados no capítulo de condições. Este material não altera os decks nem comprova status atual das contas.

Para consultar durante a chamada, abrir ABRA-O-MANUAL.html. Mapas ampliáveis e PDF de fluxogramas estão na subpasta fluxogramas. Para outra IA continuar, ler 00-COMECE-AQUI.md e AGENTS.md; acrescentar aprendizados sem apagar.

Conteúdo

Manual de condução de reuniões comerciais	3
Roteiro de aceleração - C1 a C8	10
Roteiro de lançamento - L1 a L8	14
Objeções, respostas e momentos de decisão	18
Retomadas pendentes e oportunidades a verificar	32
Condições comerciais e conta clara	44
Ficha rápida - deixar aberta durante a chamada	49
Treino e uso por voz	51
Contexto da análise de setembro de 2026	53
Propostas atuais e como usar os slides	56

Manual de condução de reuniões comerciais

Versão inicial: 02/10/2026. Autor de uso: João Vitor. Aplicação: aceleração, lançamento e ações pontuais. Recomendações de condução, não condições comerciais novas aprovadas.

1. O resultado que a reunião deve produzir

O cliente termina sabendo qual problema será tratado, por que a solução cabe na sua operação, quanto custa no total, quem precisa participar e qual decisão vem depois. João termina sabendo se deve propor, preparar, testar, esperar uma condição ou encerrar por falta de aderência.

Uma boa reunião pode terminar sem venda. Ela deve terminar com uma decisão útil e rastreável. Não há roteiro capaz de eliminar todos os erros ou garantir conversão; este material reduz ambiguidades e dá caminhos de recuperação.

2. O que setembro ensinou

- **Manter:** diagnóstico concreto como na Navecon; honestidade sobre volume não garantido como com Gustavo; primeiro teste pequeno como no R5; respeito no encerramento da Versatium.
- **Mudar:** método longo antes de orçamento/viabilidade; proposta sem resumo encaminhável; faturamento apresentado como ação que se pagou; dúvida de comissão no fim; retorno sem decisor/data; exceções comerciais sem registro único.
- **Separar:** compreensão do cliente, intenção verbal, aprovação, formalização, pagamento e prontidão. Nenhum substitui automaticamente o seguinte.
- **Medir:** efeito econômico e qualidade operacional, além de receita e mensagens enviadas.

Os exemplos específicos e falas alternativas estão em 04-Objecoes-e-Respostas.md. Fontes, transcrições e limites ficam em fontes/. Não foi feita comparação com outros vendedores nem classificação de personalidade.

3. O mapa geral: A0 a A10

Use o fluxograma 01-Mapa-Geral.svg e os identificadores abaixo. As falas entre aspas nesta seção são sugestões de ensaio, não citações reais.

A0 - Preparar em cinco minutos

Tenha à mão: nome/negócio; origem e motivo da reunião; proposta correta; último contato; decisores conhecidos; data crítica, se houver; três perguntas que faltam; quadro comercial aprovado. Não exigir formulário completo antes de uma conversa de descoberta.

Se já é cliente: confira primeiro entrega, pendências e resultado. Não iniciar uma nova venda antes de tratar uma falha ativa relevante.

Se o preço/garantia do deck está contraditório: pode diagnosticar e recomendar caminho; não fechar uma condição ambígua. Registrar decisão interna pendente, responsável João e prazo

combinado para devolver a condição correta.

A1 - Abrir e combinar a conversa

Fala: "Quero entender o que precisa melhorar e verificar se existe um caminho que faça sentido para você. Se houver, mostro a primeira ação e a conta. Temos cerca de 40 minutos? Quem além de você participa da decisão?"

Se o decisor está presente: seguir ao diagnóstico.

Se falta sócio/financeiro: "Podemos aproveitar para organizar o diagnóstico. No final, deixamos o resumo e uma conversa com quem aprova. O que essa pessoa precisa ver para decidir?" Não tratar o interlocutor como incapaz; mapear seu papel.

Se há pouco tempo: "Hoje podemos identificar o principal bloqueio e decidir se vale uma segunda conversa. Prefiro não apressar a conta." Escolher um objetivo curto e uma continuação datada.

A2 - Entender o resultado e a jornada real

Fala: "O que você quer que esteja diferente depois desse trabalho? Me conta como um cliente chega hoje, é atendido, paga e recebe. Em qual parte você sente que trava?"

Pergunte em sequência natural: situação atual → tentativas → efeito do problema → objetivo. Só peça números quando eles mudarem a estratégia ou a conta.

Se a dor é novos clientes: examinar demanda e aquisição.

Se chegam contatos mas poucos compram: examinar oferta, atendimento, qualificação, checkout e fechamento antes de aumentar volume.

Se existe base compradora e pouca recompra: examinar base, frequência, histórico e oportunidade de recuperação.

Se há estoque, evento ou data específica: considerar lançamento/ação. Use L1 a L8.

Se o cliente responde de modo vago: "Pode me dar um exemplo de uma venda que não aconteceu ou de uma semana recente?" Não preencher lacuna com uma dor genérica do slide.

A3 - Resumir e confirmar

Fala: "Pelo que entendi, hoje [situação], o principal bloqueio é [gargalo] e o resultado desejado é [meta]. Se resolvermos isso primeiro, faz diferença para você? Falta algum problema mais importante?"

Se confirma: avançar à viabilidade.

Se corrige: atualizar o diagnóstico e repetir o resumo breve. Não defender a primeira interpretação.

Se existem muitas dores: "Qual delas mais impede o resultado agora?" Escolher uma prioridade e registrar as demais como etapa posterior, sem prometer resolver tudo de uma vez.

A4 - Conferir a viabilidade antes do método

Fala: "Antes de recomendar investimento, preciso conferir margem, dinheiro disponível, prazo e capacidade. Não quero gerar vendas que deixam sua operação no prejuízo ou mais contatos do que consegue atender."

Peça: margem ou custos para calculá-la; teto total do ciclo; capacidade de atendimento/entrega; data crítica; dados de base/canais quando necessários. Para lançamento, inclua estoque/lotação e checkout. Para aceleração, inclua manutenção do ciclo e responsáveis.

Se dados essenciais não existem: definir exatamente o que falta, quem fornece e quando vocês fazem a conta. Pode desenhar hipótese, rotulada como hipótese. Não chamar projeção de resultado esperado certo.

Se produto/oferta não está validado: primeiro uma validação compatível com orçamento e escopo aprovado. Não apresentar escala como estágio inicial obrigatório.

Se não cabe no caixa: verificar escopo realmente menor. Se não existir alternativa sustentável e aprovada, aguardar uma condição ou encerrar. Não prescrever dívida para tornar a proposta possível.

Se margem não sustenta: ajustar oferta/custos/escopo somente com dados; se a conta continua negativa, não iniciar.

Se atendimento/checkout está bloqueado: preparar essa etapa antes de captar mais.

A5 - Escolher a modalidade

Aceleração: existe uma necessidade recorrente, oferta vendável, operação capaz de acompanhar um ciclo de aprendizagem e investimento compatível. Ir ao roteiro C1-C8.

Lançamento: existe uma oferta e janela de venda definida, base/canais possíveis e prazo real para preparação, aquecimento, venda e entrega. Ir ao roteiro L1-L8.

Piloto: existe uma hipótese específica e escopo limitado que pode ser medido. A proposta do piloto precisa ser aprovada, com teto, prazo, sucesso e parada. Não usar piloto como nome para vender o pacote completo mais barato.

Preparação: faltam pré-requisitos recuperáveis. Combinar tarefa, dono e data antes da proposta final.

Sem aderência: explicitar o motivo e a condição que permitiria uma avaliação futura. Se não há condição real de retomada, encerrar; não deixar uma oportunidade fictícia ativa.

A6 - Mostrar uma recomendação principal

Fala: "No seu caso, começaria por [ação] porque ela trata [gargalo]. A primeira entrega é [entrega]. Vamos observar [indicador e limite]. Se isso responder e a operação suportar, o próximo passo é [etapa]."

Use um mapa, um case comparável e as entregas relevantes. Evite percorrer todos os slides. Detalhes do método ficam disponíveis quando ajudam a decisão.

Se pede um case: contextualizar nicho, tamanho da base, ticket, custos, prazo e diferenças. Um exemplo mostra experiência; não garante a repetição do resultado.

Se quer detalhes técnicos: responder o que controla esforço, responsabilidade ou risco. Depois retornar: "Isso esclarece como operamos. Quer que a gente confira agora o investimento e as condições?"

A7 - Apresentar a conta e verificar entendimento

Fala: "O custo total deste ciclo é [serviço + campanha + ferramentas + operação]. A nossa cobrança segue [regra]. Vou mostrar um exemplo para que não fique dúvida."

Explicar: valor do serviço; entrada e parcelas; soma parcelada; mídia; mensagens; ferramentas; custos do cliente; percentual e base; janela; cancelamentos; responsabilidades; garantia real; condições para começar.

Pergunta de compreensão: "Se o resultado fosse esse exemplo, quanto você entende que pagaria para a gente e quanto sairia de investimento adicional?"

Se responde diferente: agradecer, corrigir o quadro e pedir confirmação de novo. Isso é sinal de ambiguidade da apresentação, não falha do cliente.

Se preço/garantia ainda não foi aprovado: "Essa condição precisa ser conferida internamente. Vou te devolver um quadro único até [data], sem deixar duas versões em aberto." Não pedir pagamento com a dúvida material pendente.

A8 - Diagnosticar a objeção e escolher o ramo

Fala: "O que impede avançarmos hoje: valor, caixa, confiança no resultado, participação de outra pessoa, prazo ou algo do escopo?"

Não transformar isso em interrogatório quando a objeção já foi explicitada. Use a pergunta específica do capítulo 04.

Se precisa de sócio: resumo encaminhável + reunião de decisão.

Se falta dinheiro: diferenciar preço percebido de capacidade de pagar. Ajustar escopo aprovado ou esperar.

Se quer garantia impossível: explicar limite; se a contratação depende dela, reconhecer falta de aderência.

Se teme prejuízo: revisar histórico e conta conservadora; definir teste/parada quando viável.

Se usa concorrente/IA/equipe interna: comparar problema resolvido, custos e responsabilidades. Não desqualificar a escolha do cliente.

Se diz preciso pensar: perguntar qual questão ainda precisa avaliar; combinar material, participante e retorno. Permitir que decida não contratar.

A9 - Encerrar com uma decisão verificável

Fala: "Qual é a decisão que faz sentido agora? Se seguimos, precisamos de [itens]. Quem cuida de cada parte e quando confirmamos juntos?"

Possíveis saídas:

1. Aprovado verbalmente → verificar formalização exigida.
2. Aprovação de outra pessoa → encontro com decisores e resumo enviado.
3. Dados pendentes → responsável fornece dado e data de revisão.
4. Preparação pendente → checklist com dono e prazo.
5. Piloto condicionado → escopo, teto e critérios documentados.
6. Espera com condição → motivo, condição objetiva e data de revisão, se cabível.
7. Não aderente/recusado → encerramento registrado; retomada somente com nova condição/interesse.

Nunca prometer início sem disponibilidade real da equipe e pré-requisitos. Reserva de agenda, assinatura, pagamento e campanha ativa são fatos distintos.

A10 - Depois da chamada

No mesmo dia útil, como rotina sugerida: enviar resumo; registrar último estado; atribuir próxima ação; confirmar data; encaminhar dados/escopo internamente. Esta rotina é recomendação, não SLA já contratado.

Em cliente ativo: comunicar o que terminou, efeito observado, bloqueio, próxima entrega e dono. Mensagens enviadas e tarefas processadas não significam venda, recebimento ou resultado econômico.

Se a conversa foi interrompida, manter resumo do que já foi aceito e o ponto exato de retomada. Não apresentar compromisso que caiu por falta de conexão como concluído.

4. Como usar o tempo

Referência flexível para uma conversa de 40-50 minutos: abertura 3; diagnóstico 10; resumo e viabilidade 10; recomendação 7; conta e objeção 10; decisão e próximos passos 5. Não é medição das suas chamadas nem regra rígida.

Se acabou o tempo antes da conta, marcar segunda conversa de decisão. Se o cliente já conhece o método, não repetir todo o deck. Se a pergunta econômica aparece cedo, respondê-la antes de voltar à apresentação.

5. Estados do acompanhamento

Estado operacional	Próxima ação visível	Responsável sugerido	Prazo ou condição	O que prova avanço
Diagnóstico em andamento	Concluir prioridade e viabilidade	João	Na conversa ou continuação agendada	Resumo confirmado
Dados pendentes	Obter dado específico e revisar conta	Cliente fornece; João acompanha	Data combinada	Dado recebido e conferido
Preparação pendente	Resolver produto, checkout, material ou atendimento	Dono nomeado por item	Prazo acordado	Teste/arquivo/validação do item
Condições internas pendentes	Aprovar quadro comercial único	João	Antes da proposta final	Condição registrada e versionada
Decisão com outra pessoa	Enviar resumo e reunir aprovador	Interlocutor convida; João agenda	Data e hora confirmadas	Decisor confirma decisão
Proposta em avaliação	Resolver dúvida identificada	João e cliente	Retorno combinado	Resposta registrada
Aceite verbal	Formalizar exigências do acordo	João e cliente	Data combinada	Documentos correspondentes
Formalizado, início pendente	Conferir pagamento quando exigido, acessos e capacidade	Financeiro e operação nomeados	Checklist de início	Comprovações e prontidão
Em execução	Entregar marco e comunicar efeito/bloqueio	Dono da conta e operação	Cronograma acordado	Entrega e evidência de efeito
Esperando condição	Revisar condição objetiva de retomada	Dono da conta	Evento/data ou condição especificada	Condição realmente mudou
Encerrado/sem aderência	Registrar motivo; nenhuma cobrança comercial automática	Dono da conta	Nova manifestação/condição, se houver	Encerramento confirmado

Não usar gostou, quente, pago ou fechado como atalhos que escondem tarefas ainda necessárias. Cada acordo define quais requisitos são obrigatórios; este quadro não inventa um contrato padrão.

6. Exceções e recuperação

- **Inicial:** mostrar propósito e tempo; nenhum dado obrigatório desnecessário.
- **Carregando deck:** continuar diagnóstico; não fingir que o cliente viu algo que não abriu.

- **Sem dados:** registrar ausência e próximo responsável; não inventar baseline.
- **Informação desatualizada:** confirmar data e origem antes da conta.
- **Erro de preço:** interromper fechamento, reconhecer diferença e devolver condição corrigida.
- **Sem permissão/aceso:** solicitar somente o acesso indispensável por canal autorizado; não pedir senha na chamada.
- **Falha de sistema/checkout:** definir responsável, alternativa testada e efeito no prazo.
- **Sucesso parcial:** dizer o que foi feito e o que falta. Pagou não significa campanha pronta.
- **Interrupção/offline:** preservar resumo e marcar retomada no ponto em que parou.
- **Cancelamento:** confirmar intenção e explicar efeitos específicos do acordo antes de executar alteração irreversível.
- **Recusa:** registrar motivo sem insistência repetitiva; nova abordagem depende de condição real ou interesse.
- **Sobrecarga:** limitar volume e organizar atendimento antes de nova captação.

7. Critérios de aceitação deste roteiro

Uma chamada conduzida pelo mapa permite identificar modalidade e gargalo; não oferece campanha sem viabilidade mínima; explica custos e termos sem ambiguidade; permite cliente recusar; nomeia ação/dono/condição em cada saída; preserva dúvidas e interrupções; distingue projeção de fato e compreensão de fechamento.

Leia 02 e 03 para os caminhos específicos, 04 para objeções, 05 para retomadas e 06 para condições econômicas. A ficha rápida fica em 07.

Esclarecimento do João - dois serviços distintos

Lançamento e aceleração são serviços independentes. O mapa geral organiza a conversa e a escolha do serviço, sem fundir as ofertas. C1-C8 pertence somente à aceleração; L1-L8 pertence somente ao lançamento. Semente/Escalado, quando citados, são fases descritas no deck de lançamento; não significam o Programa de Aceleração. Qualquer mudança de serviço exige diagnóstico, proposta e condições próprias.

Roteiro de aceleração - C1 a C8

Use quando a necessidade é recorrente e existe capacidade de operar um ciclo de melhoria. Não confundir aceleração com uma ação pontual de estoque ou um evento com prazo curto.

C1 - Descobrir qual camada limita o negócio

Fala: "Hoje você precisa que mais pessoas conheçam sua oferta, que mais interessados comprem ou que quem já comprou volte? Vamos olhar um caso real para escolher por onde começar."

- **Descoberta:** pouca chegada de público relevante. Verificar oferta, mercado, conteúdo e verba; não tratar alcance como venda.
- **Aquisição/conversão:** há chegada, mas perdas no atendimento ou fechamento. Verificar tempo de resposta, qualificação, oferta, pagamento e acompanhamento; não comprar mais tráfego para um gargalo não resolvido.
- **Recompra:** existe base acessível e produto recomprável. Verificar histórico, intervalo de compra, qualidade da base e saturação; não disparar de novo só porque existem contatos.

Se não sabe: "Vamos mapear alguns atendimentos e pedidos recentes. Com isso escolhemos o primeiro teste." Dono: João conduz; cliente fornece amostra suficiente, por canal autorizado.

Prazo: revisão agendada.

C2 - Confirmar condições mínimas

Fala: "Para sustentar esse ciclo, o produto precisa estar disponível, a conta precisa caber e alguém precisa atender e aprovar. Qual dessas partes já funciona e qual ainda falta?"

Conferir demanda/oferta; margem; orçamento do ciclo; fechamento/checkout; dono comercial; capacidade; acesso a dados; decisor. Pedir cada dado quando necessário, sem questionário de 30 itens na abertura.

- **Oferta não validada:** avaliar teste de oferta aprovado antes da aceleração.
- **Margem desconhecida:** conta pendente, não promessa de crescimento lucrativo.
- **Atendimento sem dono:** organizar atendimento primeiro ou junto de um escopo compatível, com limite de captação.
- **Checkout falha:** corrigir/testar antes da campanha que depende dele.
- **Sócio ausente:** diagnóstico continua; contratação depende da conversa de decisão.
- **Caixa incompatível:** reduzir escopo real quando existir alternativa aprovada; se não houver, não propor ciclo que depende de vendas futuras incertas para pagar.

C3 - Escolher a primeira ação e mostrar o mapa

Fala: "Seu gargalo principal é [gargalo]. Começamos com [ação], observamos [indicador] e só ampliamos depois de [critério]. O programa organiza descoberta, aquisição e recompra, mas não precisa ligar tudo ao mesmo tempo."

Uso dos slides da proposta atual: slide 10 para mapa; escolher 11,12 OU13 para o gargalo; um case do5 se comparável. Credenciais breves somente quando resolvem uma dúvida de confiança.

Exemplo recomendado - atendimento: "Se hoje os contatos ficam sem resposta, a primeira entrega é um fluxo com responsável e acompanhamento. Quando isso funcionar, aumenta a chance de aproveitar a mídia. Não vou começar prometendo mais volume."

Exemplo recomendado - recompra: "Se temos compradores que poderiam voltar e margem suficiente, começamos com uma ação controlada nessa base. Medimos vendas líquidas e contribuição, além das respostas."

C4 - Pactuar entregas e responsabilidades

Fala: "Do nosso lado ficam [entregas delimitadas]. Do seu lado precisamos [acessos, material, aprovação, atendimento e dados]. Quem pode assumir cada tarefa?"

A proposta cita CRM, planejamento, funis, mídia, consultoria, imagens, roteiro/edição de vídeo, páginas, formulários, automações, treinamento e coordenação de disparos. O texto não define todos os quantitativos e limites. Não repetir todos anúncios ou apenas vender como se eliminassem tarefas do cliente.

Definir por escrito: peças/páginas e revisões; quem grava; integrações incluídas/excluídas; prazo de resposta; aprovações; atendimento; acessos; dados; mídia/mensagens/ferramentas. Para integração customizada, confirmar esforço antes de incluir.

Se cliente não tem disponibilidade: "Qual tarefa podemos delegar e a quem? Se ninguém puder assumir essas partes, precisamos de outro escopo ou preparar a equipe antes."

C5 - Montar cronograma condicionado

Use slides 16,22,24 como referência das fases, sem narrar todos os objetos do deck.

Fala: "O primeiro ciclo entrega [diagnóstico/primeira implementação]. No seguinte, avaliamos os dados e ajustamos. A escala depende de resultado e capacidade. O prazo de campanha começa quando [pré-requisitos] estiverem cumpridos; vamos registrar isso."

O slide 17 fala em funis ativos na primeira semana. Só repetir esse prazo se houver plano real, acessos, oferta, aprovações, orçamento, equipe e checkout quando aplicável. Caso contrário, propor prazo específico e registrar dependências.

Se pedem rapidez: escolher entrega que caiba no prazo; não prometer todo o programa acelerado.

C6 - Conta e proposta

Fala: "Vamos olhar o ciclo inteiro, incluindo serviço, mídia, mensagens e o esforço da equipe. Nossa condição aprovada é [quadro]. Na cobrança variável, [base e período]. O exemplo abaixo mostra quanto seria pago."

O slide 33 tem valores e parcelas que não coincidem; o percentual não define base. Esses pontos precisam da decisão do João antes de usar o deck como fechamento. Leia 06 e 10. Não sobrescrever condições atuais com valores negociados em setembro.

Se houver modelo fixo + percentual: mostrar soma dos componentes e exemplo.

Se houver fixo OU percentual, maior: mostrar comparação, mínimo e abatimento de valor já pago, se previsto. Não somar automaticamente.

Se não há regra aprovada: agendar devolutiva comercial com quadro único; continuar diagnóstico sem solicitar aceite financeiro.

Garantia observada: extensão de 30 dias de serviço se nenhuma venda em 3 meses e cliente executou orientações. Não é devolução ou garantia de lucro. Definir condições, evidências e gastos externos da extensão antes de apresentar.

C7 - Decisão e objeções

Fala: "Você vê esse primeiro escopo resolvendo o gargalo que confirmou? O que ainda precisa ser esclarecido ou aprovado para decidir?"

- **Comparação com concorrente:** comparar escopo, deveres, medição e custo total; não oferecer item inexistente para igualar uma proposta.
- **Quer somente CRM:** verificar se a dor realmente é organização/atendimento. Oferecer modalidade aprovada adequada, sem forçar aceleração.
- **Quer apenas uma ação:** avaliar lançamento/piloto com outro escopo e custo.
- **Falta confiança:** case comparável + hipótese + teste/parada se viável.
- **Falta caixa:** ramo financeiro, não nova aula do método.
- **Falta decisor:** resumo e conversa conjunta, não ausência de material.

C8 - Formalização, início e visibilidade

Fala: "A decisão combinada foi [estado]. Para iniciar, faltam [itens], com [donos] até [datas]. A primeira entrega será [marco] e a atualização será por [canal/frequência]."

Confirme requisitos específicos do acordo, pagamento quando exigido, equipe disponível e acessos. Registre o que está comprovado. Durante a execução, comunicação precisa mostrar progresso e bloqueios sem depender de o cliente cobrar.

Se demanda nova aparece: "Isso amplia o que combinamos. Vou avaliar impacto, prazo e custo e te devolver a opção antes de assumir a entrega."

Saída obrigatória: em execução; formalização pendente; decisão conjunta; dados/preparação pendentes; piloto condicionado; espera com condição; encerrado. Cada estado tem dono e próximo passo no capítulo 01.

Sequência curta de slides

Diagnóstico sem deck → 10 → 11/12/13 conforme gargalo → um case 5 → 16/22/24 → escopo escrito → 33 corrigido/aprovado → 32 explicado quando aplicável → decisão sem deck.

Essa sequência é uma recomendação; não foi feita alteração na apresentação original.

Slides 7, 14, 25, 28, 35 não retornaram texto nativo. Verificar visualmente se contêm informação necessária antes de usá-los.

Roteiro de lançamento - L1 a L8

Lançamento é uma ação com oferta, público, janela e capacidade definidos. O deck fornecido tem título E-COMMERCE; a adaptação para eventos abaixo é uma recomendação baseada nas reuniões, não um novo pacote já aprovado.

L1 - Definir o que será vendido e qual é o prazo real

Fala: "O que vamos vender, para quem, até quando e em qual quantidade? Quanto já foi vendido? O que muda se essa meta não for atingida?"

- **Evento:** data fixa, local, atração, ingressos pagos, capacidade restante, lote, custos do evento e dias reais de preparação.
- **Produto:** estoque disponível, produção, preço, entrega, kit/oferta, checkout, sazonalidade e possibilidade de adiar.
- **Curso/serviço:** vagas reais, capacidade de atendimento/execução, calendário e responsável. Não importar automaticamente um case de varejo.

Se não há oferta definida: organizar hipótese e validação antes de lançamento amplo.

Se a data já passou: avaliar resultado e próximo calendário. Nunca reutilizar urgência de setembro em outubro.

L2 - Testar se o prazo comporta a execução

Fala: "Temos [dias] até a data. O que precisa ficar pronto antes de captar e vender? Quem faz cada parte?"

A proposta descreve Semente em 21 dias e Escalado em 28 dias. O texto não esclarece sequência/sobreposição. Não afirmar que todo o método cabe em poucos dias.

- **Prazo suficiente + itens prontos:** seguir.
- **Prazo curto, ação menor viável:** delimitar escopo aprovado, material, canal, investimento e limite; explicar o que fica fora.
- **Prazo curto sem operação pronta:** próxima edição/data ou preparação. Reconhecer incompatibilidade.
- **Data depende de decisão do cliente:** estabelecer limite real de aprovação ligado ao cronograma; evitar prazo comercial inventado.

Exemplo de fala: "Para este evento não cabe o ciclo completo. Podemos avaliar [ação limitada] se estiver tudo pronto até [data]. Se não estiver, prefiro planejar a próxima edição."

L3 - Conferir margem, teto e capacidade

Fala: "Se vendermos essa quantidade, quanto fica depois de produto/ingresso, descontos, taxas, frete quando existe, campanha e remuneração? Mesmo o cenário conservador permite começar?"

Evento: considerar contribuição por ingresso, vendas existentes, custos ainda necessários e lotação restante. Não sugerir um volume que ultrapassa capacidade. Se toda a lotação disponível não paga a proposta, o plano precisa mudar.

Produto: verificar margem por kit, estoque, expedição, atendimento, cancelamentos e entrega. Faturar estoque sem margem não prova sucesso.

Se margem desconhecida: responsável do cliente fornece dado; João agenda revisão.

Se há caixa para uma parte: avaliar só essa fase, com plano aprovado. Não presumir que as vendas financiam o restante.

Se cenário não sustenta: revisar oferta/custo/escopo com premissas explícitas ou recusar.

L4 - Conferir base, checkout e donos

Fala: "Quem podemos contatar de fato? Quando essa base foi acionada? Quem aprova a oferta, grava, atende, acompanha pedidos e garante entrega? O pagamento já foi testado?"

Verificar qualidade/histórico de base, contatos utilizáveis, restrições de canal, respostas anteriores e descadastro. Não assumir que volume bruto da base equivale a público disponível para campanha.

Teste de checkout: caminho completo autorizado com identificação de teste quando aplicável; verificar pagamento, confirmação e pedido. Evitar transação real desnecessária.

- **Base saturada:** mudar oferta/segmento/frequência ou planejar captação; não repetir ação com poucos dias de intervalo sem hipótese.
- **Checkout quebrado:** bloquear campanha dependente dele e nomear recuperação.
- **Responsável ausente:** preparar antes da campanha.
- **Atendimento sobrecarregado:** limitar demanda; estruturar atendimento antes de aumentar volume.

L5 - Propor primeira ação e condição de escala

Fala: "Primeiro testamos [oferta] com [público/canal] e orçamento máximo de [teto]. Vamos avaliar [métrica e janela]. Escalamos apenas se [critério econômico + capacidade + aprovação]. Se ocorrer [limite], pausamos e revisamos."

Apresentar um case comparável, método¹⁷⁻¹⁸, responsabilidades²⁴⁻²⁵ e custos²⁸. O número de slide segue a extração textual do PPTX; conferir visualmente antes de navegar por número. Projeções¹⁹⁻²⁰ não tiveram números legíveis e não foram usadas.

Urgência: usar data, estoque, lote e lotação reais. "Só¹⁰ vagas" ou percentual de agenda exigem fonte atual, responsável e regra de atualização.

Cenários: conservador, intermediário e favorável com premissas. Não anunciar dois meses em dois dias ou retorno^{6x} como compromisso universal. Explicar caso anterior e limites.

L6 - Apresentar investimento e garantia sem mistura

Fala: "O orçamento de campanha é [itens e teto]. A remuneração do projeto é [mínimo] OU [percentual] sobre [incremento definido], prevalecendo o maior, se essa for a condição aprovada. O valor já pago entra no acerto desta forma: [regra]."

O deck traz mínimos 25 mil e 10 mil para escopo textual semelhante, além de garantia 40% (10 mil) que só fecha aritmeticamente com 25 mil. João precisa aprovar uma condição coerente antes de fechar. Não apresentar os dois preços como se a escolha fosse autoexplicativa.

Definir: baseline; janela; canais; vendas elegíveis; devoluções; momento do acerto; orçamento por fase; quem libera escala; condições da garantia e fórmula do indicador. Receita atribuída e incremento são conceitos distintos.

Garantia: não converter devolução condicionada em garantia de vender determinado volume, lucro ou reembolso integral. Se o cliente depende de uma garantia impossível, reconhecer falta de aderência.

L7 - Decisão com os participantes certos

Fala: "Quem precisa aprovar essa conta e essas tarefas? O que ainda falta para a decisão? Vamos deixar isso por escrito e combinar quando confirmamos."

- **Sócio ausente:** resumo + decisão conjunta.
- **Precisa de material:** enviar quadro de decisão; preservar detalhes proprietários que não são necessários, sem bloquear entendimento do acordo.
- **Quer pensar:** identificar critério pendente e data de revisão.
- **Orçamento insuficiente:** alternativa aprovada ou espera; não usar desconto para esconder inviabilidade.
- **Pede garantia de volume:** hipóteses, limite real e possibilidade de recusa.
- **Quer começar amanhã:** checar prontidão e cronograma; não confundir velocidade comercial com execução possível.

L8 - Início, acompanhamento e pós-ação

Fala: "Para começar faltam [formalização, pagamento quando previsto e itens operacionais]. Cada parte tem [dono/data]. A Base vai produzir [oferta, orçamento, meta, cronograma e responsabilidades]."

A proposta descreve contrato, entrada e reunião Base de aproximadamente 90 minutos. Confirmar valores de entrada e calendário real, que não estão completos no texto extraído.

Durante campanha: gastos consumidos versus teto; pedidos pagos líquidos; estoque/lotação; atendimento; contribuição; condição de pausa/escala. Avisar bloqueios e mudanças relevantes.

Depois: apurar custos e remuneração; tratar pedidos/entregas/cancelamentos; comparar hipótese com resultado; registrar aprendizado; decidir nova ação somente depois de ler a base e a operação.

Evento e produto: decisões diferentes

Questão	Evento	Produto/e-commerce
Data	É uma restrição fixa, salvo decisão explícita do organizador	Pode ser ajustável; depende de produção/sazonalidade
Quantidade máxima	Lotação real restante	Estoque e capacidade de entrega
Conta	Contribuição dos ingressos + custos do evento/campanha	Produto, descontos, taxas, frete, mídia e operação
Urgência válida	Data, lote e vagas verificáveis	Estoque e prazo verificáveis
Pré-requisito	Checkout ingresso, informação e atendimento	Checkout, catálogo/oferta e expedição
Se não cabe	Ação menor real ou próxima edição	Preparação/teste e nova data
Pós-ação	Resultado da edição e calendário futuro	Entrega, satisfação e recompra

Sequência curta de slides

Diagnóstico sem deck → um case 2-8 → 17-18 → conta própria → 24-25 → 28 → uma condição 30/31 aprovada → garantia coerente quando aplicável → 35 → decisão com responsáveis e datas.

O deck original foi preservado. Não foi validada a receita de nenhum case por pedidos/financeiro. Não existe cópia do PPTX original neste pacote: foi salva a leitura textual obtida do Drive e a análise.

Complemento da garantia observada - revisão de 02/10/2026

O gatilho descrito no slide 33 é a estratégia não atingir ROAS 2. A devolução declarada é 40% (10 mil) do mínimo. O deck não define fórmula, denominador, janela ou fonte desse indicador; 40% só equivale a 10 mil quando o mínimo é 25 mil. Esta informação complementa L6: não há aprovação de nova garantia nem promessa de vendas/lucro. Confirmar a versão, condição e procedimento antes de apresentar ou contratar.

Objções, respostas e momentos de decisão

Versão2, 02/10/2026. Preserva a versão inicial em 04-Objcoes-e-Respostas.md. Ajuste: o case relatado não equivale a resultado auditado.

Este módulo traduz as reuniões de setembro de 2026 em respostas que João pode praticar. Os diálogos abaixo são **ensaios recomendados**, não falas históricas. Os fatos observados estão identificados e ligados às fontes. Preços encontrados nas reuniões são condições históricas: este módulo não aprova uma tabela comercial nova.

Regra expressa de João: Programa de Aceleração e Lançamento são serviços distintos. Semente e Escalado são modalidades de Lançamento. Uma ação de lançamento não é piloto obrigatório nem primeira etapa da Aceleração. As ramificações deste módulo orientam cada serviço separadamente; uma eventual mudança exige nova qualificação, novo escopo e nova proposta. “Teste menor” não altera essa distinção: é preciso identificar qual serviço e qual escopo estão sendo avaliados.

Use a objção para descobrir a condição que falta

Uma objção pode revelar falta de informação, falta de aprovação, inviabilidade econômica ou ausência de prioridade. A resposta deve resolver a condição correspondente. Se a conta não fecha, a oferta não está pronta ou o decisor não aprova, insistir na contratação cria um problema de entrega.

Sequência prática: escutar → perguntar → resumir a condição → oferecer um caminho viável → confirmar entendimento → combinar ação, responsável e data.

Quatro níveis que você deve registrar separadamente:

Nível	Evidência necessária	O que permite dizer
Objção respondida	Você deu uma explicação pertinente	“A resposta foi apresentada.”
Entendimento confirmado	O cliente reformulou a condição ou confirmou claramente que entendeu	“Entendeu esta condição.”
Compromisso prometido	Prometeu enviar dado, envolver decisor, pagar ou retornar	“Prometeu este passo.”
Venda comprovada	Evidência externa adequada: formalização aceita, pagamento quando exigido e condições de início confirmadas	“A contratação foi confirmada.”

Silêncio, elogio, pedido de contrato, grupo criado e promessa de PIX não substituem o quarto nível. Nas fontes usadas aqui, os desfechos posteriores não foram auditados. Uma reunião pode comprovar concordância com um teste sem comprovar sua execução.

1. “Está caro”

Sinal: o cliente compara somente a remuneração ou pede redução antes de esclarecer o que receberá. **Pergunta:** “O que pesa mais: esse valor não cabe no caixa, você não vê retorno suficiente ou outra proposta parece entregar mais?”

Fala de João: “Quero separar essas três situações para resolver a certa. Se falta clareza de valor, explico o primeiro resultado. Se falta caixa, precisamos ajustar escopo. Se é comparação, vamos colocar as entregas lado a lado.”

Ensaio:

- Cliente: “R\$3 mil por mês está caro.”
- João: “Você conseguiria investir isso se o primeiro resultado e a conta fossem claros, ou o valor é inviável mesmo?”
- Cliente: “Conseguiria, mas não entendi por onde vocês começam.”

Caminhos: em aceleração, mostrar o primeiro gargalo, a primeira entrega e a forma de medir; um piloto só faz sentido se tiver escopo e custo sustentáveis. Em lançamento, mostrar o custo completo da ação e sua viabilidade; reduzir fee sem resolver mídia, oferta ou margem não corrige a conta.

Limite: se o caixa não comporta o custo total, vá à objeção 2. Não ofereça desconto automático.

Próximo passo: João envia um resumo de escopo e custos; cliente confirma orçamento e critério de escolha; decisão conjunta em até dois dias úteis, se ambos aceitarem esse prazo.

Evidência e estado: Daniel pediu tempo diante do investimento; houve negociação e promessa de retorno, não comprovação de venda. [Daniel, 10/09](#). Luis comparava preço e escopo de concorrentes, sem aceitar decidir sob pressão. [Luis Santos, 51:57](#).

2. “Não tenho caixa agora”

Sinal: o cliente reconhece o problema, mas relata contas, produção ou investimento indisponível.

Pergunta: “Quanto pode ser investido sem depender das vendas dessa ação para pagar compromissos já assumidos?”

Fala de João: “Vamos partir do limite real. Posso avaliar uma ação menor, mas ela precisa continuar tendo objetivo, custo total e condições de entrega claros.”

Ensaio:

- Cliente: “Tenho no máximo R\$1 mil disponível.”
- João: “Esse é o total, incluindo ferramenta, mensagens, mídia e nossa remuneração?”
- Cliente: “Sim. Então preciso entender se existe algo viável dentro disso.”

Caminhos: em aceleração, verificar se há base própria, atendimento ou recuperação de oportunidades que sustente um primeiro teste menor. Em lançamento, verificar prazo, oferta e custo de acesso ao público; se o custo mínimo necessário exceder o limite, adiar ou não recomendar a ação.

Limite: não tratar receita futura como dinheiro já disponível; não prometer que a campanha financiará sua própria entrada. **Próximo passo:** cliente informa limite total e dados essenciais; João responde com “viável”, “depende destes dados” ou “não recomendado” em um dia útil após recebê-los. Ação sem dados fica aguardando o cliente, com data combinada de retorno.

Evidência e estado: R5 descreveu restrição financeira; João propôs uma ação menor para inativos. A proposta foi aceita na conversa, sem comprovação de pagamento ou execução. [R5, 05:51-20:58](#). Marcelo condicionou o início a produto, produção e verba. [Marcelo, 45:35](#).

3. “Preciso falar com meu sócio / minha esposa / o financeiro”

Sinal: seu interlocutor gosta da ideia, mas outra pessoa aprova ou paga. **Pergunta:** “Quem precisa concordar, o que essa pessoa vai avaliar e podemos decidir com ela presente?”

Fala de João: “Vou te dar um resumo para facilitar essa conversa. Se fizer sentido, fazemos uma reunião curta com todos para responder as dúvidas uma vez e decidir o próximo passo.”

Ensaio:

- Cliente: “Por mim está fechado, mas preciso falar com minha sócia.”
- João: “Ótimo, isso confirma seu interesse. Qual condição ela precisa aprovar: investimento, escopo ou prioridade?”
- Cliente: “Investimento. Podemos conversar juntos amanhã.”

Caminhos: em aceleração, envolver quem aprova orçamento e quem responde pela rotina comercial. Em lançamento, envolver quem controla caixa, produto/estoque e data do evento, conforme o caso. Não convocar pessoas sem função na decisão.

Limite: o entusiasmo de um participante não confirma aprovação coletiva. **Próximo passo:** João prepara o resumo; interlocutor convida o decisor; ambos combinam data, hora e duração antes de encerrar. Se o convite depender de terceiros, registrar quem retornará até qual data.

Evidência e estado: Wagner precisava envolver Sueli e verificar condições financeiras; compromisso de retorno, não venda comprovada. [Wagner, 25/09](#). Débora iria falar com Fábio. [Navecon, 1:13:48](#). José Henrique precisava consultar a esposa. [Indy, 37:13](#).

4. “Você garante que vou vender X?”

Sinal: o cliente quer transferir a incerteza comercial para uma promessa de volume. **Pergunta:** “Você precisa de uma previsão para planejar ou a contratação só faz sentido se houver garantia desse número?”

Fala de João: “Posso me comprometer com entregas, acompanhamento e critérios de ajuste. Não consigo garantir vendas que dependem também de demanda, oferta, orçamento e execução do atendimento. Podemos estimar cenários e decidir se o risco é aceitável.”

Ensaio:

- Cliente: “Se eu pagar, vocês vendem 500 ingressos?”

- João: “Não posso assegurar 500. Vamos avaliar o que já vendeu, o público alcançável, a oferta, o prazo e o orçamento.”
- Cliente: “Então quero ver os cenários antes de decidir.”

Caminhos: em aceleração, separar metas de aprendizagem e melhoria operacional de metas comerciais. Em lançamento, usar cenários conservador, intermediário e favorável, com premissas explícitas; sem apresentar projeção como garantia.

Limite: se somente uma promessa garantida permite a contratação, reconhecer a incompatibilidade. **Próximo passo:** cliente fornece vendas, custos e capacidade; João devolve cenários e entregas controláveis. Decisão após avaliação das premissas, com data combinada.

Evidência e estado: Gustavo perguntou se venderia 500 ingressos; João expressou incerteza e manteve a necessidade de aprovação da sócia. Resposta dada; contratação não comprovada. Gustavo, 15:22-16:24.

5. “Minha margem não comporta isso”

Sinal: faturamento parece atraente, mas desconto, produto, frete, impostos e aquisição consomem o ganho. **Pergunta:** “Depois de todos os custos variáveis e do investimento da ação, quanto sobra para você nesse cenário?”

Fala de João: “Antes de defender a campanha, precisamos fechar essa conta. Se não sobrar margem suficiente, ajustamos oferta ou escopo; se não houver ajuste viável, não recomendo executar.”

Ensaio:

- Cliente: “Vender R\$9 mil gastando R\$7 mil não pagou a ação.”
- João: “Você tem razão: ainda faltam produto e frete. Vamos incluir esses custos antes de chamar o resultado de positivo.”
- Cliente: “Com esses custos, houve prejuízo.”

Caminhos: em aceleração, olhar margem por produto/coorte, repetição de compra e custos de atendimento; evitar compensar perda atual com recompra hipotética. Em lançamento, calcular oferta completa, bônus, desconto, logística, taxas, mídia, mensagens e remuneração antes da abertura.

Limite: não usar somente receita atribuída ou ROAS para afirmar lucro. **Próximo passo:** cliente/financeiro confirma os custos; João consolida a conta; aprovação da oferta somente depois dessa conferência. Prazo: antes de comprometer verba ou anunciar condições.

Evidência e estado: na Versatium, a leitura inicial foi corrigida e João reconheceu prejuízo; isso confirma a correção, não uma recuperação posterior. Versatium, 06:43 e 15:45. Marcelo questionou a margem do gel. Marcelo, aproximadamente 35:58.

6. “O concorrente entrega mais / cobra diferente”

Sinal: o cliente inclui social media, site, migração ou outra entrega na comparação. **Pergunta:** “Quais entregas são obrigatórias para sua decisão e quais seriam apenas convenientes?”

Fala de João: “Vamos comparar problema resolvido, escopo, custo total e responsabilidades. Se uma entrega indispensável não estiver no nosso serviço, eu preciso dizer isso claramente.”

Ensaio:

- Cliente: “Outra empresa inclui social media e troca de plataforma.”
- João: “Você precisa dessas duas entregas para atingir seu objetivo agora? Nosso escopo não inclui automaticamente esse trabalho.”
- Cliente: “A troca de plataforma é importante; social media posso avaliar separadamente.”

Caminhos: em aceleração, separar melhoria comercial de serviços contínuos de criação e desenvolvimento. Em lançamento, separar produção específica da campanha de gestão permanente das redes e do site.

Limite: não prometer um serviço ausente para vencer a comparação; não depreciar concorrentes sem evidência. **Próximo passo:** João envia uma comparação simples baseada nas propostas fornecidas pelo cliente; cliente confirma critérios; decisão com os responsáveis em até dois dias úteis após a comparação.

Evidência e estado: Luis explicou as economias e entregas da alternativa concorrente. Ele gostou da proposta de João, mas continuou a comparação; isso não comprova superioridade nem venda. [Luis Santos, 53:10-55:27.](#)

7. “Tem prova de que funciona no meu tipo de negócio?”

Sinal: o cliente questiona aderência do público, frequência de compra ou oferta. Não exige necessariamente um case com o mesmo setor. **Pergunta:** “Qual diferença do seu negócio faz você duvidar da aplicação aqui?”

Fala de João: “O caso que mostrei relata um resultado naquele contexto; sua comprovação depende dos registros que o sustentam. Vou separar o que é parecido e o que precisa ser testado no seu negócio.”

Ensaio:

- Cliente: “O case é de uma atração rara. Meu evento acontece com frequência.”
- João: “Essa diferença muda a força da oferta. Precisamos validar um motivo de compra adequado ao seu evento, sem transportar a mesma projeção.”
- Cliente: “Faz sentido testar uma ação menor para esse público.”

Caminhos: em aceleração, escolher exemplo com problema e mecanismo comparáveis: base, recompra ou atendimento. Em lançamento, comparar novidade da oferta, preço, público, calendário e capacidade. Sem case pertinente, declarar a hipótese e testar.

Limite: prova de outro cliente não é garantia. **Próximo passo:** João lista semelhanças, diferenças e uma hipótese verificável; cliente valida fatos do negócio; decisão sobre teste antes de ampliar investimento.

Evidência e estado: na conversa de Yves e no alinhamento posterior, surgiram diferenças entre eventos de atração especial e eventos recorrentes. A adaptação foi discutida; decisão final não comprovada. Yves, 08/09. Priscila perguntou como seria encontrada a audiência com intenção de comprar e confirmou que a resposta esclareceu a dúvida. Isso comprova entendimento daquela explicação. AV Brands, 22:34-25:28.

8. “Preciso pensar”

Sinal: pedido de tempo sem pendência definida. **Pergunta:** “Qual ponto você quer avaliar com mais calma: a conta, a comparação, a confiança ou a prioridade?”

Fala de João: “Pode avaliar. Quero apenas deixar a informação certa e combinar um retorno que respeite seu processo de decisão.”

Ensaio:

- Cliente: “Vou pensar e depois te falo.”
- João: “Tudo bem. O que precisa estar mais claro para você decidir?”
- Cliente: “Quero revisar o custo total e conversar com o financeiro.”

Caminhos: em aceleração, fornecer plano inicial, custo mensal e responsabilidades. Em lançamento, fornecer custo da ação, prazo real e consequências operacionais de adiar. Prazo real se explica por calendário e preparação, não por pressão artificial.

Limite: uma resposta negativa ou ausência de prioridade é legítima. **Próximo passo:** João entrega o resumo no mesmo dia; cliente revisa; ambos marcam retorno compatível com a decisão. Se não houver interesse em combinar nada, registrar “sem prioridade confirmada” e definir internamente um único contato de verificação.

Evidência e estado: Daniel pediu tempo; Luis rejeitou a decisão pressionada e manteve a comparação. Houve retornos prometidos; não há comprovação de contratação. Daniel, Luis Santos, 51:57 e 56:11.

9. “Me manda o material”

Sinal: pode ser necessidade real de revisar/convencer outra pessoa, ou tentativa de encerrar.

Pergunta: “Você vai usar o resumo para decidir sozinho, apresentar a alguém ou comparar propostas?”

Fala de João: “Envio o resumo da decisão: objetivo, primeiro escopo, investimento completo, limites e próximo passo. Se outra pessoa precisar aprovar, podemos conversar juntos depois.”

Ensaio:

- Cliente: “Manda a apresentação para eu conversar com minha sócia.”

- João: “Posso mandar uma página com a proposta e as condições. Qual dúvida dela você já prevê?”
- Cliente: “Ela vai querer saber o custo e quanto trabalho cai no nosso time.”

Caminhos: em aceleração, incluir rotina, responsabilidades, primeira entrega e cobrança. Em lançamento, incluir cronograma, oferta a validar, preparação exigida e orçamento. Compartilhar informação de decisão não exige entregar toda a propriedade intelectual do método.

Limite: não enviar material genérico e abandonar o acompanhamento; não impedir aprovação interna por falta de resumo. **Próximo passo:** João envia no mesmo dia; cliente confirma quem revisará; retorno com decisor em data acordada.

Evidência e estado: Priscila pediu o material, e João ofereceu reapresentar por chamada em vez de compartilhar. Ela aceitou esse encaminhamento, mas isso não comprova decisão comercial. [AV Brands, 39:22-39:39](#). Também houve recusa de envio ao final com Marcelo. [Marcelo, 47:42](#).

10. “Quero pagar só comissão / não entendi sobre quais vendas”

Sinal: pedido de transferir custo fixo à agência ou dúvida de atribuição. **Pergunta:** “Você está pedindo ausência de custo inicial ou quer entender exatamente a base de cálculo e o risco de cada lado?”

Fala de João: “Vamos registrar o que é fixo, o que varia, quais vendas entram, em qual período e como conferimos. Se o modelo sem entrada não for sustentável para o nosso escopo, eu preciso mostrar o limite.”

Ensaio:

- Cliente: “Vocês só ganham se vender? E esses 15% são de tudo?”
- João: “Antes de decidir, vamos definir período, vendas incluídas e tratamento de cancelamentos. Também vou separar custos de mídia e ferramenta.”
- Cliente: “Então consigo comparar o total que pago em cada cenário.”

Caminhos: em aceleração, distinguir faturamento total, vendas atribuídas e incremento; usar a definição efetivamente contratada. Em lançamento, fixar campanha/período, canais de venda e conferência. Não inventar critério de atribuição na apuração final.

Limite: comissão não elimina custos nem garante alinhamento perfeito; base injusta ou não mensurável exige revisão. **Próximo passo:** João/financeiro apresenta regra escrita e exemplo; cliente aprova compreensão; formalização antes de cobrança ou início.

Evidência e estado: Jorcyane ainda questionou a incidência ao final, em meio à intenção de fazer PIX. A explicação e a promessa ocorreram; pagamento não comprovado. [Jorcyane, 51:30](#). Em Benne, discutiu-se preferência por comissão sem mensalidade; falantes genéricos impedem atribuir todas as posições a João. [Benne](#).

11. “É fixo MAIS percentual ou fixo OU percentual?”

Sinal: o cliente repete a pergunta mesmo depois da explicação. **Pergunta:** “Posso mostrar dois cenários e você me dizer qual seria a cobrança em cada um?”

Fala de João: “No modelo que estamos discutindo, a regra precisa estar escrita sem ambiguidade. Se for o maior entre fixo e percentual, não somamos os dois; se houver entrada mais comissão, escrevemos essa soma separadamente.”

Ensaio:

- Cliente: “Então pago o fixo e mais os 10%?”
- João: “Neste exemplo hipotético de maior valor, o fixo é R\$2 mil: com R\$10 mil de base, paga R\$2 mil; com R\$30 mil, paga R\$3 mil no total.”
- Cliente: “Entendi: nesse modelo o total é o maior, não a soma.”

Caminhos: em aceleração, explicitar período mensal, base e eventual compensação do valor já pago. Em lançamento, distinguir remuneração por ação, entrada e variável. Os modelos podem ser diferentes: não misturar regras de apresentações distintas.

Limite: os números do ensaio não são sua tabela aprovada. Se a regra não estiver definida, não pedir sinal nem produzir contrato contraditório. **Próximo passo:** João valida modelo comercial, escreve fórmula e exemplo; cliente confirma entendimento; financeiro usa a mesma regra na formalização.

Evidência e estado: Luis repetiu a dúvida sobre o valor fixo ou 10%; João explicou e exemplificou, e o cliente prometeu retorno. Não há venda comprovada. [Luis Santos, 57:06-58:33](#).

12. “Além de pagar vocês, tenho que pagar mídia e mensagens?”

Sinal: o orçamento declarado considera apenas fee ou apenas anúncios. **Pergunta:** “O valor disponível é para toda a ação ou só para anúncios? Vamos listar o total antes de avançar.”

Fala de João: “Nossa remuneração e os custos de operação são diferentes. Vou abrir cada item, indicar o que é obrigatório, o que é estimativa e quem paga.”

Ensaio:

- Cliente: “Eu achei que R\$1.500 resolvia tudo.”
- João: “Precisamos corrigir isso agora. O serviço, a mídia e eventuais mensagens entram em linhas separadas; você decide pelo total.”
- Cliente: “Nesse total, preciso rever meu limite antes de contratar.”

Caminhos: em aceleração, separar implantação, recorrência, mensagens e mídia; considerar gasto mínimo de um piloto. Em lançamento, separar produção, aquisição, disparos, ferramentas e comissão, sem deixar uma parte para descobrir depois do aceite.

Limite: não avançar porque uma parcela isolada cabe no caixa. **Próximo passo:** João entrega quadro do investimento total com premissas; cliente confirma limite; decisão somente depois desse

alinhamento.

Evidência e estado: Gustavo tinha orçamento pequeno e recebeu condições que incluíam remuneração e mídia. A discussão não comprovou entendimento integral nem contratação. [Gustavo, 02:31 e 16:10](#). No R5, o teste separou mensagens, plataforma e comissão. [R5, 10:00-14:42](#).

13. “Já tentei antes e perdi dinheiro”

Sinal: resistência apoiada em experiência anterior. **Pergunta:** “O que falhou: promessa, margem, oferta, aquisição, atendimento, execução ou falta de visibilidade?”

Fala de João: “Quero entender a falha para não repetir a mesma exposição. Vamos escolher um teste com limite de investimento, premissas e ponto de parada claros.”

Ensaio:

- Cliente: “Já gastei com digital e só tive prejuízo.”
- João: “Antes de pedir novo investimento, precisamos localizar o prejuízo. Você tem o custo e as vendas dessa tentativa?”
- Cliente: “Tenho os valores, mas não sei separar produto e anúncios.”

Caminhos: em aceleração, revisar dados de aquisição, conversão, atendimento e recompra antes de ampliar. Em lançamento, revisar demanda, oferta e conta do evento/ação; evitar repetir campanha apenas com novo nome ou maior desconto.

Limite: não desqualificar o prestador anterior nem usar segurança retórica para substituir diagnóstico. **Próximo passo:** cliente envia dados disponíveis; João identifica o que é conhecido e o que falta; teste ou não contratação decidido após essa avaliação.

Evidência e estado: Marcelo relatou experiências digitais ruins e necessidade de produção/verba; João discutiu outras ofertas, com retorno prometido. [Marcelo, 45:35 em diante](#). Vinicius Freitas relatou resultados abaixo do esperado de outra operação, em conversa conduzida principalmente por Hugo; não atribuir a João a condução nem confundir com AV Brands. [Vinicius Freitas, 1:46:18](#).

14. “Não tenho tempo / não quero uma reunião longa”

Sinal: o cliente quer síntese ou não pode executar sua parte. **Pergunta:** “Você precisa de uma decisão mais objetiva agora ou não tem equipe disponível para operar depois?”

Fala de João: “Posso resumir a decisão em poucos minutos. Mas preciso confirmar quem fará as atividades que dependem da empresa; sem esse responsável, a contratação não resolve.”

Ensaio:

- Cliente: “Não quero passar uma hora e meia vendo apresentação.”
- João: “Vamos focar em três pontos: seu problema, o primeiro escopo e a condição de início. Depois aprofundamos só o necessário.”
- Cliente: “Assim consigo avaliar.”

Caminhos: em aceleração, combinar responsável por atendimento, dados e aprovações, com rotina mínima viável. Em lançamento, confirmar disponibilidade para oferta, gravação, aprovação, estoque e operação nos dias críticos; delegar quando houver pessoa capaz e autorizada.

Limite: não vender operação dependente de um cliente que não consegue executar nem delegar.

Próximo passo: João reduz apresentação ao essencial; cliente nomeia responsável e disponibilidade; próximo encontro reservado apenas à pendência necessária.

Evidência e estado: Pedro valorizou uma explicação direta e encaminhou continuidade com Hugo, incluindo encontro presencial. Isso comprova encaminhamento, não contrato. [Pedro, 04/09](#).

15. “Com IA eu consigo fazer sozinho”

Sinal: o cliente quer autonomia ou considera a execução substituível. **Pergunta:** “Qual parte você quer assumir e qual decisão ainda teria valor em receber apoio?”

Fala de João: “Se você quer operar internamente, vamos respeitar isso. Talvez exista valor em uma revisão pontual ou orientação, mas só se resolver uma necessidade sua.”

Ensaio:

- Cliente: “Vou assumir a operação e usar IA.”
- João: “Entendi. Você precisa de ajuda para transferir o que está ativo ou prefere encerrar depois dessa organização?”
- Cliente: “Quero encerrar a operação recorrente e manter a ferramenta por enquanto.”

Caminhos: em aceleração, verificar interesse explícito em autonomia guiada, revisão de indicadores ou diagnóstico pontual; não transformar automaticamente encerramento em upsell. Em lançamento, apoio pontual somente se houver evento/oferta e necessidade concreta reconhecida pelo cliente.

Limite: não presumir medo, desinformação ou falta de capacidade do cliente. Não reabrir serviço recusado apenas porque ele elogiou a equipe. **Próximo passo:** responsável de conta confirma acessos, ferramenta mantida, data/condição de encerramento e obrigações pendentes; eventual novo serviço depende de novo interesse.

Evidência e estado: Caio explicou que queria liderar com IA; parceria recorrente encerrada na conversa. Houve respeito à equipe e possibilidade futura pontual, sem novo compromisso comercial. [Versatium, 16:05-23:22](#).

16. “Ainda não tenho produto / site / estoque pronto”

Sinal: pré-requisitos de venda estão ausentes ou sem data firme. **Pergunta:** “O que já está validado, o que falta ficar disponível e qual evidência confirma essa disponibilidade?”

Fala de João: “Vamos definir a condição de prontidão. Posso recomendar os próximos preparativos, mas não vou planejar uma venda que depende de produto ou compra indisponível.”

Ensaio:

- Cliente: “A fábrica ainda vai confirmar a produção.”

- João: “Então o próximo passo é confirmar quantidade e data, antes de prometer entrega ao público. Voltamos quando isso estiver definido.”
- Cliente: “Consigo verificar com a fábrica nesta semana.”

Caminhos: em aceleração, testar atendimento ou venda direta quando apropriado e realmente possível, sem exigir estrutura sofisticada desnecessária. Em lançamento, validar produto, estoque/capacidade, compra, pagamento e atendimento antes da campanha.

Limite: intenção de lançar não é prontidão. **Próximo passo:** cliente resolve fabricação/checkout e fornece evidência; João/SDR retoma na data acordada. Se faltar data, registrar condição explícita de espera e contato de verificação em prazo consentido.

Evidência e estado: Marcelo precisava finalizar produção. [Marcelo, 48:00-48:22](#). Rafael foi orientado a validar venda e estrutura antes de uma operação maior; oportunidade condicionada, sem venda comprovada. [Rafael, 23/09](#). Jaqueline precisava resolver catálogo e checkout. [Jaqueline, complemento Drive](#).

17. “O contrato não corresponde ao combinado / tenho receio de ficar preso”

Sinal: cliente identifica diferença entre conversa, documento e consequência de cancelamento.

Pergunta: “Qual trecho diverge do que você entendeu? Vamos corrigir a divergência antes de pedir aprovação.”

Fala de João: “A proposta, o documento e a cobrança precisam dizer a mesma coisa. Vou alinhar escopo, prazo, cancelamento e responsabilidades com quem formaliza, e você revisa a versão corrigida.”

Ensaio:

- Cliente: “Na reunião parecia diferente desta cláusula.”
- João: “Obrigado por apontar. Vamos localizar a diferença e revisar; não quero seu aceite enquanto isso estiver ambíguo.”
- Cliente: “Com isso esclarecido, consigo avaliar o teste.”

Caminhos: em aceleração, separar duração, implantação, recorrência e consequência de interrupção. Em lançamento, separar preparação já realizada, despesas aprovadas e cancelamento do evento/ação. Regras devem ser revisadas pelo responsável competente, sem improvisar interpretação jurídica na chamada.

Limite: retirar toda formalização para aliviar desconforto deixa novas ambiguidades. Um registro simples pode documentar um piloto, conforme a forma adequada de formalização da empresa.

Próximo passo: João e responsável comercial/financeiro alinham documento; cliente revisa; início aguarda concordância explícita. Prazo sugerido: um dia útil para encaminhar a correção, sem cobrar enquanto a divergência persistir.

Evidência e estado: R5 questionou cláusulas e números; João explicou e dispensou contrato/termo para o teste. Houve concordância verbal, não auditoria da contratação ou execução. [R5, 03:09 e 20:58](#).

18. “Quero uma ação pontual, não um programa contínuo”

Sinal: objetivo tem fim definido - liquidar estoque, vender um evento ou executar uma campanha.

Pergunta: “Depois dessa ação, existe um problema recorrente que você quer resolver ou o objetivo termina aqui?”

Fala de João: “Se seu objetivo termina na ação, vamos avaliar um escopo pontual. Só recomendo aceleração contínua se houver rotina e problemas recorrentes que justifiquem isso.”

Ensaio:

- Cliente: “Quero vender esse estoque, não contratar gestão permanente.”
- João: “Então vamos avaliar estoque, margem, checkout e prazo desta ação. A recorrência fica para outra decisão, se houver necessidade.”
- Cliente: “Assim consigo entender o que estou contratando agora.”

Caminhos: em aceleração, identificar se há aquisição, atendimento e recompra contínuos a melhorar; sem essa necessidade, não insistir. Em lançamento, fechar um ciclo completo de preparação, venda, entrega e apuração, com prazo e responsabilidade definidos.

Limite: não usar o pontual como promessa disfarçada de recorrência. **Próximo passo:** João propõe escopo que corresponde ao objetivo; cliente valida pré-requisitos; ambos decidem depois da conta e prontidão. A expansão tem nova decisão após resultado.

Evidência e estado: Jaqueline mostrou interesse em ação sobre estoque, com limites operacionais; não houve comprovação de fechamento. [Jaqueline, Drive](#). Versatium admitiu manter portas abertas para ação pontual, sem compromisso novo. [Versatium, 22:04](#).

Sete momentos: o que preservar e o que mudar

Momento 1 - Descoberta antes da apresentação

Antes observado: com Débora, João pediu o caminho entre entrada do interessado e venda, investigando a operação. Acerto a preservar. Em outras conversas, margem e capacidade de investimento surgiram depois de explicações extensas.

Depois recomendado: “Antes de mostrar o método, quero entender como a venda acontece, onde para, quem decide e qual investimento faz sentido.” Faça a síntese do problema e peça confirmação. **Saída:** problema prioritário, responsável e limite econômico conhecidos. [Navecon](#), cerca de 06:00.

Momento 2 - Quando o cliente pede números, interrompa a aula

Antes observado: R5 pediu clareza comercial; Marcelo apresentou preocupações de margem, produção e excesso de novidades. **Depois recomendado:** “Vou parar a explicação aqui. O que falta para a decisão é a conta e a condição de início. Vamos resolver essas duas coisas primeiro.” **Saída:** objeção classificada e condição de avanço. [R5, Marcelo](#).

Momento 3 - Prova pertinente e honestidade sobre resultado

Antes observado: João não garantiu a meta de Gustavo; acerto. Os exemplos de eventos precisavam de adaptação ao contexto de Yves. **Depois recomendado:** “Esse caso mostra um mecanismo, mas tem estas diferenças. No seu negócio, a hipótese é esta; o que podemos prometer são estas entregas.” **Saída:** evidência compreendida e risco aceito, ou pausa legítima. Gustavo, Yves.

Momento 4 - Um quadro econômico antes de pedir aceite

Antes observado: Luis voltou à dúvida entre fixo e percentual; Jorcyane questionou incidência; na Versatium, a receita não cobria a conta completa. **Depois recomendado:** apresentar uma única regra vigente, duas simulações de cobrança e o total de custos. Pedir que o cliente explique a regra com suas palavras. **Saída:** investimento e condição econômica compreendidos. Luis, Jorcyane, Versatium.

Momento 5 - Equipar o interlocutor para a aprovação interna

Antes observado: Priscila pediu material e recebeu a opção de nova apresentação; Wagner precisava falar com o financeiro. **Depois recomendado:** “Vou te enviar o resumo da decisão. Quem precisa participar do próximo encontro para aprovar ou apontar o que falta?” **Saída:** resumo enviado e reunião com decisores combinada, ou condição de espera explícita. AV Brands, Wagner.

Momento 6 - Encerrar sem pressionar uma decisão incompleta

Antes observado: Luis recusou sinal/decisão sob pressão; Daniel pediu prazo; Marcelo condicionou o início à produção. **Depois recomendado:** “A pendência é X. Você resolve Y, eu envio Z, e retomamos nesta data. Se não estiver pronto, decidimos adiar em vez de começar mal.” **Saída:** próxima ação com responsável e prazo; nenhuma oportunidade chamada de ganha só por promessa. Luis, Daniel, Marcelo.

Momento 7 - Após o aceite, tornar o progresso visível e verificável

Antes observado: houve percepção de lentidão mesmo com relatos internos de resolução; aprovações se concentravam em João. Em preparação de campanha, números de urgência não tiveram checagem demonstrada no trecho disponível. **Depois recomendado:** “Esta entrega foi concluída; este efeito foi observado; falta esta aprovação; a próxima ação é de X até Y.” Publicar disponibilidade e escassez somente com fonte atualizada. **Saída:** cliente sabe o que ocorreu, a equipe sabe quem age, e campanha usa números conferidos. Call Fixa, 01/09, Alinhamento, 21/09, Preparação, 16/09.

Cartão de bolso: a objeção foi resolvida?

Antes de continuar, confirme:

- Eu descobri a condição real, ou apenas rebati a frase?
- O cliente consegue explicar o escopo e a conta?

- Quem aprova e quem executa estão identificados?
- Existe um caminho viável sem promessa de resultado garantido?
- Está claro quem fará o quê e até quando?
- Registrei entendimento, promessa e prova como coisas diferentes?

Se faltar uma dessas respostas, a próxima etapa é resolver essa pendência. Mais slides, desconto ou urgência não substituem a resolução.

Retomadas pendentes e oportunidades a verificar

Versão2, 02/10/2026. Versão inicial preservada em 05-Retomadas-Pendentes.md. Ajuste: teste de compra identificado e autorizado; transação real apenas quando necessária.

Base de referência: reuniões de setembro de 2026, analisadas em 02/10/2026. **Cada estado abaixo é o último observado nas fontes, não um status atual de CRM.** Datas de resposta prometidas em setembro já passaram. A ausência de confirmação posterior nesta análise não prova que nada aconteceu.

As mensagens são **rascunhos para revisão**. Nenhuma foi enviada. Os donos e prazos abaixo são sugestões de organização, não atribuições já aceitas pela equipe. Antes de usar o material em outra data, atualize o calendário e confira contratos, pagamentos, mensagens, entregas e eventos efetivamente realizados.

Serviços separados: Programa de Aceleração e Lançamento exigem decisões próprias. Semente/Escalado pertencem ao Lançamento. “Teste”, “ação pontual”, “expansão” e “próximo ciclo” abaixo não significam continuidade automática entre os serviços. Se houver mudança, requalificar, definir novo escopo e emitir nova proposta.

A ordem de trabalho

1. Verificar entrega e compromissos já assumidos, principalmente eventos próximos.
2. Resolver oportunidades com decisão ou formalização condicionada a uma pessoa/dado específico.
3. Requalificar quem depende de produto, caixa, prazo ou estrutura.
4. Separar testes e expansão de contas existentes de novas contratações.
5. Respeitar encerramentos e excluir urgências antigas.

Como atualizar cada registro: última evidência → o que falta → quem responde → próxima ação → data → critério de saída. Não mudar para “ganha” apenas por elogio, contrato solicitado, promessa de PIX ou grupo criado.

Se a pessoa não responder: registrar a tentativa; fazer um contato breve na data combinada. Sem data combinada, sugerir um retorno e oferecer adiar/encerrar. Depois de uma segunda tentativa sem resposta, registrar “sem retorno, aguardando manifestação” e retirar da agenda diária; não marcar perdida por inferência.

Faixa 1 - Proteger a entrega e a confiança

1. Jorcyane Lima - evento citado para 12/10

Último estado: intenção de pagar por PIX, dificuldade de conexão e dúvida sobre a comissão. O lançamento foi discutido para 30/09 ou 01/10, datas já passadas. Pagamento, formalização e campanha ativa não foram comprovados nesta análise.

Rascunho: “Jorcyane, quero conferir o que avançou depois da nossa conversa para organizar a ação do evento de 12/10. Ficaram claros o acordo da comissão e o início da operação? O que já está confirmado hoje?”

Próxima ação: conferir evidências de pagamento/aceite e andamento antes de vender outro escopo. Se houver atraso, decidir imediatamente o que ainda cabe no prazo, sem garantir bilheteria. **Dono sugerido:** João com responsável de entrega e financeiro. **Dependência:** confirmação de Jorcyane, oferta e compra funcionando. **Prazo sugerido:** primeira verificação em 02/10; cronograma assim que os pré-requisitos forem confirmados.

Fonte: Jorcyane, 22/09, trecho final 49:25-51:30.

2. Leandro Sérgio - Octoberfest citada para 11/10

Último estado: encaminhamento para minuta, boleto e início; havia eventos posteriores em novembro e dezembro. O retorno de pagamento/início previsto para a semana seguinte à reunião de 25/09 já passou. O resumo tem variações de capacidade; conferir com o cliente, sem reproduzir uma meta como fato atual.

Rascunho: “Leandro, quero confirmar a formalização e o que já está rodando para 11/10. Contrato, pagamento e plano da ação ficaram resolvidos? Qual é a bilheteria atual e o principal bloqueio hoje?”

Próxima ação: verificar contratação e andamento; concentrar no evento próximo. Depois, reaproveitar aprendizado no calendário seguinte. **Dono sugerido:** João, financeiro e líder da entrega. **Dependência:** formalização, pagamento conforme acordo, dados atuais de bilheteria e oferta. **Prazo sugerido:** checagem em 02/10, com decisão operacional no mesmo contato.

Fonte: Reunião Leandro, Documento complementar, 25/09.

3. Joel - desbloquear venda e viabilidade do evento

Último estado: na continuidade de 25/09, João afirmou que Joel já havia pago; não foi auditado o comprovante. Havia plataforma própria atrasada e preocupação com custos. Foi discutida alternativa de checkout e também a possibilidade de não seguir se a conta não fosse viável. O evento foi citado para 14-15/11. Não considerar resolvido só porque uma plataforma foi recomendada.

Rascunho: “Joel, o ponto central da nossa última conversa era conseguir vender com uma plataforma funcional e uma conta viável. Qual checkout está ativo hoje? Podemos conferir uma compra e atualizar juntos custos, caixa e cronograma?”

Próxima ação: validar o caminho de compra por teste autorizado ou evidência existente, custos e decisão de continuidade; transação real somente quando necessária e autorizada; documentar solução ou saída. **Dono sugerido:** João e responsável da conta, com Joel. **Dependência:** checkout, taxas e orçamento atualizados. **Prazo sugerido:** primeira reunião de desbloqueio em até um dia útil; plano após validação.

Fonte: [Conversa com Joel, 25/09](#), [Reunião inicial](#).

4. Garrão Perfumaria - provar recuperação antes de ampliar

Último estado: discutida recuperação de carrinhos e estrutura de relacionamento. Em 21/09, os fluxos ainda apareciam em elaboração/aprovação. Isso não prova que continuem pendentes hoje. É uma oportunidade de entrega e retenção antes de nova venda.

Rascunho: “Quero revisar o primeiro resultado da recuperação de carrinhos da Garrão. Quais fluxos estão aprovados e ativos, e quais vendas conseguimos conferir? Se houver bloqueio, vamos definir responsável e data para resolvê-lo.”

Próxima ação: conferir fluxos, nomes/copys, funcionamento e resultado atribuível; só depois discutir expansão. **Dono sugerido:** Felipe coordena, Yuri prepara/revisa e João aprova o que efetivamente exige aprovação. **Dependência:** confirmação do estado técnico e validação comercial. **Prazo sugerido:** inventário em um dia útil; data de cada correção indicada nesse inventário.

Fonte: [Diagnóstico de 01/09](#), [Alinhamento de 21/09](#).

5. R5 Fit / Antônio - conferir o teste pequeno acordado

Último estado: concordância verbal com ação para a base de inativos, separando plataforma, mensagens e comissão. O acordo foi simplificado na chamada; não houve comprovação auditada da execução. A expansão deve depender do primeiro resultado e da capacidade financeira.

Rascunho: “Antônio, combinamos um primeiro teste menor com a base de inativos. Quero confirmar se ele foi executado e conferir a conta completa: investimento, vendas e margem. Qual foi o resultado observado e o que ficou pendente?”

Próxima ação: registrar condições do teste, verificar execução, atendimento e resultado; decidir manter, corrigir ou parar. **Dono sugerido:** João com operação e Antônio. **Dependência:** dados de mensagens, vendas e custos. **Prazo sugerido:** revisão em até dois dias úteis após receber os dados; nenhuma ampliação antes dessa revisão.

Fonte: [R5 Fit, 08/09](#).

6. Elessandra / Alessandra - prontidão para o curso de 26/10

Último estado: discussões sobre base, pouco apetite para mais mídia, CRM e pagamento. Participantes da operação conduziram partes relevantes; não atribuir todas as decisões a João. Não há comprovação atual de ferramenta ativa ou campanha.

Rascunho: “Quero alinhar a preparação do curso de 26/10. Base, ferramenta, forma de pagamento e atendimento estão prontos? Qual orçamento total permanece aprovado, incluindo a

ação sem ampliar mídia?”

Próxima ação: checklist de base, oferta, compra/inscrição, orçamento e atendimento; resolver pendência antes da campanha. **Dono sugerido:** responsável da conta, Ícaro/Felipe conforme atribuição atual, com a cliente. **Dependência:** confirmação de quem opera e aprova. **Prazo sugerido:** reunião curta até o próximo dia útil; cronograma regressivo depois.

Fonte: 28/09, tarde, 28/09, manhã.

Faixa 2 - Completar decisões comerciais

7. Débora / Navecon - aprovação de Fábio e formalização

Último estado: Débora sinalizou concordância, mas iria falar com Fábio. João condicionou início a assinatura e pagamento, e verificaria agenda de integração. O resumo automático que sugere fechamento não confirma esses passos.

Rascunho: “Débora, nossa conversa mostrou os pontos de controle e atendimento que podemos melhorar. Você conseguiu validar com Fábio? Posso enviar o resumo de escopo, investimento e responsabilidades e fazermos uma conversa curta com ele?”

Próxima ação: decisão com Fábio; alinhar regra comercial, formalização e data de início. **Dono sugerido:** João; financeiro cuida de documentos/cobrança; responsável de entrega confirma capacidade. **Dependência:** aprovação de Fábio e pré-requisitos contratados. **Prazo sugerido:** contato em 02/10; reunião na disponibilidade dos decisores, idealmente em até dois dias úteis.

Fonte: Navecon, 29/09, 1:13:48 em diante.

8. Wagner Bonato - trazer Sueli para a decisão

Último estado: precisava explicar a proposta a Sueli, verificar condições financeiras e retornar na terça seguinte à reunião de 25/09. Esse retorno previsto para 29/09 já passou. Eventos futuros foram citados; confirmar calendário atual.

Rascunho: “Wagner, ficou pendente avaliar a proposta com Sueli e confirmar a condição financeira. Isso avançou? Quero deixar o investimento total claro para vocês dois e escolher o primeiro evento que realmente podemos trabalhar.”

Próxima ação: reunião com Sueli e Wagner; abrir fee, mídia, mensagens e responsabilidades; decidir primeiro ciclo. **Dono sugerido:** João com financeiro. **Dependência:** aprovação e capacidade de investimento, sem supor limite de cartão resolvido. **Prazo sugerido:** convidar em 02/10; decidir em data aceita por ambos.

Fonte: Wagner, 25/09.

9. Vinicius Andrade / AV Brands - material e conta para Priscila

Último estado: interesse no modelo, dúvidas sobre público e avaliação interna. Priscila pediu material; João ofereceu reapresentação. Retorno previsto para 18/09 já passou. **Este é Vinicius Andrade, não Vinicius Freitas.**

Rascunho: “Vinicius e Priscila, quero retomar a decisão com mais clareza. Vou resumir o primeiro escopo, o investimento completo e a regra da remuneração. Depois da conversa interna de vocês, o que ficou pendente para decidir?”

Próxima ação: resumo de uma página, custos e cálculo de viabilidade; conversa com os decisores. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** margem, capacidade de produzir os criativos e aprovação interna. **Prazo sugerido:** resumo no mesmo dia do contato; reunião em até dois dias úteis se houver interesse.

Fonte: AV Brands, 16/09; pedido de material 39:22.

10. Vittra / IMC - comparar implementação com acompanhamento guiado

Último estado: duas alternativas ainda precisavam ser compartilhadas internamente. Igor e responsáveis técnicos/comerciais eram relevantes para a decisão; havia integrações a delimitar. Retorno previsto para a segunda seguinte a 11/09 já passou.

Rascunho: “Quero facilitar a escolha entre implementação e acompanhamento do time de vocês. As duas alternativas chegaram ao Igor e aos demais responsáveis? Posso enviar uma comparação com entregas, responsabilidades e integrações que ficam fora?”

Próxima ação: propostas comparáveis, decisão sobre primeiro escopo e dependências técnicas; eventual mentoria replicável é fase posterior, não venda concluída. **Dono sugerido:** João com responsável técnico; Igor e responsáveis comerciais aprovam do lado cliente. **Dependência:** acesso/integrabilidade e disponibilidade da equipe. **Prazo sugerido:** comparação no mesmo dia; decisão em encontro combinado.

Fonte: Vittra, 11/09; final 48:23, Documento complementar.

11. Indy Professional / José Henrique - validar com a esposa e produto

Último estado: interesse condicionado à aprovação da esposa e ao contexto de chegada/lançamento dos produtos. A conversa de retorno prevista para a noite de 21/09 já passou. Dúvidas de modelo comercial exigem resumo claro.

Rascunho: “José Henrique, você comentou que validaria com sua esposa e que os produtos estavam chegando. O que foi confirmado desde então? Vamos revisar juntos disponibilidade, primeiro objetivo e a regra do fixo ou percentual.”

Próxima ação: conferir produto disponível, decisora e investimento; formalizar somente depois. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** aprovação de ambos, produto e condição comercial compreendida. **Prazo sugerido:** contato em até dois dias úteis; reunião de decisão após disponibilidade confirmada.

Fonte: Indy / reunião de 21/09, 37:13.

12. Daniel / Sapatoca - orçamento e primeiro escopo

Último estado: queda de vendas e peso do WhatsApp; objeção de orçamento, proposta revisada e pedido de tempo. A decisão prevista para a própria tarde de 10/09 já passou. Não repetir a pressão antiga.

Rascunho: “Daniel, quero retomar pelo ponto que pesou: o investimento e o primeiro resultado da operação. Você conseguiu avaliar a proposta? Hoje o bloqueio continua sendo caixa, prioridade ou dúvida sobre o escopo?”

Próxima ação: classificar bloqueio; reduzir escopo apenas se economicamente viável; combinar decisão real. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** limite total e prioridade do cliente. **Prazo sugerido:** diagnóstico no primeiro contato; resumo no mesmo dia; prazo de decisão escolhido com Daniel.

Fonte: Daniel, 10/09.

13. Luis Santos - critérios de comparação e cobrança inequívoca

Último estado: comparava concorrentes com serviços diferentes e pediu autonomia para decidir. Houve dúvida sobre fixo ou percentual; retorno de 14/09 e alteração de condição para 15/09 foram discutidos, datas já passadas. Não reutilizar o vencimento antigo. **Não é Luis A. C. de reunião posterior.**

Rascunho: “Luis, você estava comparando escopos, incluindo plataforma e social media. Qual decisão tomou? Se ainda estiver avaliando, envio uma comparação objetiva do que entregamos e um exemplo da cobrança, sem deixar o fixo ou percentual ambíguo.”

Próxima ação: verificar se ainda há demanda; comparar por critério do cliente; atualizar condições antes de propor. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** oportunidade ainda existente, escopo e regra comercial vigentes. **Prazo sugerido:** contato único de verificação; nova decisão em prazo combinado se continuar aberta.

Fonte: Luis Santos, 11/09, 51:57-58:39.

14. Rodrigo / Rodeio Show - decidir com o sócio

Último estado: precisava conversar com o sócio, sem uma reunião de decisão efetivamente marcada. Retorno previsto para o dia seguinte a 22/09 já passou. Bilheteria/base precisavam ser conferidas, inclusive ausência de WhatsApp na informação disponível.

Rascunho: “Rodrigo, ficou pendente conversar com seu sócio sobre investimento e execução. Isso foi resolvido? Se a oportunidade continua aberta, mando o resumo da ação e podemos conversar com ele presente.”

Próxima ação: confirmar calendário, oferta, canais disponíveis e orçamento; não supor que a base tenha dados utilizáveis. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** sócio, dados e janela operacional. **Prazo sugerido:** verificação em até dois dias úteis; decisão após responsáveis e dados reunidos.

Fonte: Rodrigo, 22/09.

15. Benne - regra comercial e conversa com Yuri

Último estado: discutiu-se um modelo relacionado a certificados digitais, comissão sem mensalidade e próxima conversa com Yuri na segunda seguinte a 30/09, possivelmente 05/10. Confirmar data; falantes genéricos limitam atribuição pessoal. Não há contratação comprovada.

Rascunho: “Quero confirmar a conversa com Yuri e a condição comercial que vocês querem avaliar. A preferência continua sendo comissão sem mensalidade? Vamos verificar qual escopo e regra de cobrança realmente fazem sentido.”

Próxima ação: confirmar reunião e critérios do modelo; declarar eventual incompatibilidade sem prometer exceção. **Dono sugerido:** João confirma; Yuri participa conforme função atual.

Dependência: disponibilidade e sustentabilidade do escopo. **Prazo sugerido:** confirmação antes da segunda mencionada, se ainda for o calendário válido.

Fonte: Benne, 30/09.

Faixa 3 - Requalificar antes de propor

16. Yves / Minas Doeste - evento citado para 09/10

Último estado: dificuldade de adaptar uma apresentação geral ao contexto de eventos recorrentes; conversa interrompida e continuidade por contato direto discutida. Ação final não comprovada. Evento citado para 09/10 exige verificar imediatamente se ainda existe possibilidade operacional.

Rascunho: “Yves, quero retomar com uma ação adequada ao seu evento, considerando frequência, público e preço. O evento de 09/10 permanece? Há tempo, oferta e orçamento para uma ação curta, ou é melhor planejar o próximo?”

Próxima ação: confirmar realidade atual; escolher ação viável ou próxima data. **Dono sugerido:** João com lury para adequação do escopo. **Dependência:** prazo, público acessível e oferta. **Prazo sugerido:** verificação em 02/10; sem pré-requisitos, não tentar compensar com promessa de resultado.

Fonte: Yves, 08/09.

17. Marcelo Marino - produção, margem e caixa

Último estado: interesse, mas precisava organizar fábrica/produção e verba. O gel parecia difícil de encaixar economicamente; outros produtos foram mencionados. João prometeu retorno na semana seguinte por Brendo/Breno - grafia precisa ser confirmada.

Rascunho: “Marcelo, você estava finalizando a produção e avaliando quais produtos sustentam melhor a ação. A fábrica confirmou quantidade e data? Podemos retomar pela margem e pelo orçamento, antes de voltar à apresentação?”

Próxima ação: verificar prontidão e produto viável; escolher aceleração, ação pontual ou espera. **Dono sugerido:** João orienta; SDR que já atendia Marcelo confirma retorno. **Dependência:** fabricação, oferta e investimento. **Prazo sugerido:** cumprir o retorno na semana seguinte à reunião de 29/09, se ainda aplicável; registrar data escolhida pelo cliente.

Fonte: Marcelo, 29/09, 45:35-48:22.

18. Jaqueline / Ortofill - ação pontual com pré-requisitos

Último estado: interesse em movimentar estoque, com catálogo, checkout e aprovação do sócio Ronei ainda relevantes. Não houve próximo encontro claro nem venda comprovada. A transcrição tl;dv é deficiente; usar o documento complementar.

Rascunho: “Jaqueline, sua prioridade era uma ação sobre o estoque, com objetivo definido. Catálogo e checkout já estão prontos? Podemos avaliar com Ronei a margem, o estoque disponível e o custo total dessa ação?”

Próxima ação: diagnóstico de prontidão e conta; oferecer pontual se apropriado, sem pressupor programa contínuo. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** catálogo, compra funcionando, dados e decisor. **Prazo sugerido:** contato em até dois dias úteis; reunião quando os dados estiverem disponíveis.

Fonte: Jaqueline, 10/09, complemento Drive.

19. Pedro Zocrato - piloto sobre base e qualificação

Último estado: discutidos base, atacado, qualificação e atuação em novas regiões. Continuidade ficou com Hugo e possível encontro na Beauty Fair, evento já passado. Não tratar encontro combinado como realizado.

Rascunho: “Pedro, quero confirmar o que avançou com Hugo depois da nossa conversa. A prioridade continua sendo organizar e qualificar a base comercial? Se sim, podemos definir um primeiro piloto com objetivo e critério de resultado claros.”

Próxima ação: Hugo verifica histórico antes de novo contato; confirmar base, fluxo e responsável comercial; propor piloto coerente. **Dono sugerido:** Hugo, com João apenas quando necessário. **Dependência:** continuidade anterior e prioridade atual. **Prazo sugerido:** consulta interna primeiro; contato em até dois dias úteis depois.

Fonte: Pedro, 04/09; continuidade com Hugo em 35:02-38:07.

20. Gustavo Mello - orçamento, sócia e expectativa

Último estado: evento de Halloween, orçamento pequeno, dependência de sócia e expectativa de centenas de ingressos. João não garantiu esse volume. Retorno prometido para 23/09 já passou.

Rascunho: “Gustavo, vocês conseguiram avaliar a proposta juntos? Quero confirmar o orçamento total e a expectativa de resultado, porque não podemos garantir aquele volume de ingressos. O evento e a necessidade permanecem?”

Próxima ação: requalificar custo completo e janela; seguir apenas se risco e expectativa forem compreendidos. **Dono sugerido:** João. **Dependência:** sócia, orçamento e evento atualizados. **Prazo sugerido:** contato de verificação em até dois dias úteis; cenários antes de decisão.

Fonte: Gustavo, 22/09, 13:37-16:24.

21. Rafael Rocha - validar primeiro, contratar depois

Último estado: produto/estrutura ainda sem validação suficiente; João recomendou venda direta, prova de demanda e organização mínima antes de operação maior. É uma oportunidade futura condicionada, não fechamento imediato.

Rascunho: “Rafael, na nossa conversa a prioridade era validar a venda antes de ampliar o investimento. O que você já testou e quais clientes compraram? Com essa evidência podemos definir o próximo passo adequado.”

Próxima ação: pedir evidência de demanda e prontidão, sem reabrir proposta grande automaticamente. **Dono sugerido:** João/SDR acompanha; Rafael executa a validação.

Dependência: vendas reais e capacidade de entregar. **Prazo sugerido:** combinar retorno após o primeiro ciclo de validação definido com Rafael; não impor um calendário de lançamento sem produto pronto.

Fonte: Rafael, 23/09.

22. Max Silva - apurar 19/09 e preparar novo calendário

Último estado: evento citado para 19/09, prazo curto, limitações de orçamento e necessidade de decisões com parceiros/local. A data já passou. Não retomar como se a mesma campanha ainda pudesse ser executada.

Rascunho: “Max, o evento previsto para 19/09 aconteceu como planejado? Quero entender resultado e aprendizados. Se houver uma próxima edição, podemos começar pelo calendário e pelo orçamento com antecedência.”

Próxima ação: descobrir desfecho; planejar nova edição somente se houver demanda concreta.

Dono sugerido: João/SDR. **Dependência:** evento realizado/adiado, próxima data e responsáveis.

Prazo sugerido: contato de aprendizado em até uma semana; nova proposta depois do novo objetivo definido.

Fonte: Max / Silva, 09/09.

23. Esdras - confirmar demanda dos clientes e base utilizável

Último estado: queria oferecer uma ação a clientes e precisava conversar com eles. Não houve confirmação de demanda nem prazo firme de retorno. O contexto era sensível a calendário; este manual não presume que continue oportuno.

Rascunho: “Esdras, você conseguiu validar a necessidade com os clientes? Antes de montar a operação, quero confirmar objetivo, prazo, orçamento e se os contatos têm uma origem e autorização de uso adequadas.”

Próxima ação: requalificar demanda e condições de uso da base; não preparar uma operação grande apoiada apenas em intenção de revenda. **Dono sugerido:** João; Esdras confirma os clientes. **Dependência:** aprovadores, prazo e base. **Prazo sugerido:** um contato de verificação; seguir só depois de resposta concreta.

Fonte: Esdras, 08/09.

24. Vinicius Freitas - continuidade conduzida por Hugo

Último estado: conversa principalmente com Hugo, discussão de remuneração variável, informações de CNPJ, contrato e relação com fornecedor anterior. Houve encaminhamento para formalização e grupo; nenhuma confirmação auditada de pagamento/início. **Não confundir com Vinicius Andrade / AV Brands.**

Rascunho para Hugo revisar: “Vinicius, quero confirmar o que avançou na formalização e na transição da operação. O documento, as informações da empresa e as responsabilidades ficaram alinhados? Qual pendência falta para uma decisão clara?”

Próxima ação: consultar Hugo e registros internos antes de qualquer contato; validar modelo comercial e transição; não aplicar automaticamente oferta de João/AV Brands. **Dono sugerido:** Hugo. **Dependência:** histórico posterior, documentação e atribuições. **Prazo sugerido:** consulta interna em um dia útil; retorno ao cliente apenas se ainda houver pendência.

Fonte: Vinicius Freitas, 04/09, trecho final 1:49:35.

Encerramento a respeitar

25. Versatium / Caio - operação recorrente encerrada

Último estado: Caio decidiu assumir a operação com IA e sua própria estrutura. Agradeceu a atenção da equipe. Houve interesse em manter CRM até sua solução ficar pronta e portas abertas a ação pontual, sem novo compromisso.

Rascunho de organização, se ainda houver pendência: “Caio, quero confirmar se a transição e a permanência temporária do CRM ficaram organizadas. Existe alguma entrega ou acesso pendente? Se no futuro aparecer uma ação pontual em que você queira apoio, avaliamos a necessidade naquele momento.”

Próxima ação: organizar obrigações e acessos; não insistir no recorrente nem transformar elogio em oportunidade quente. **Dono sugerido:** responsável da conta/CRM, com João para relação comercial. **Dependência:** condição atual da ferramenta e transição. **Prazo sugerido:** conferir internamente em um dia útil; contato apenas se necessário. Nova proposta exige nova manifestação de interesse.

Fonte: Versatium, 28/09, 16:05-23:22.

Lacunas que não devem virar oportunidades inventadas

Registros sem transcrição ou com identificação deficiente exigem recuperação da fonte ou consulta ao histórico autorizado. Não classificá-los como “não compareceu”, “desinteressado”, “perdido” ou “quase fechado”.

- **Henrique:** o texto disponível envolve outro atendimento/link. Primeiro resolver qual reunião corresponde ao contato. [Registro de 11/09](#).
- **Sem texto utilizável no tl;dv:** entre outros, Hamilton, Diego, Rosendal, Leandro Barbosa, Débora Cosméticos, Guilherme Academias, Francois, Cassia, Lúcia Reis, Lucas, Bruno, Thiago,

Fernanda, Adam, Mary e Thiago Hulk. Os inventários locais distinguem registros e fragmentos; algumas lacunas podem ter complemento no Drive. **Não confundir Débora Cosméticos com Débora/Navecon.**

- **Documentos automáticos:** notas que dizem “acordado” ou “fechado” precisam de conferência da transcrição e de prova do desfecho. Não importar o rótulo automaticamente para o funil.

Dono sugerido da recuperação: SDR/administrativo consulta agenda e registros; João decide apenas quando a evidência estiver reunida. **Prazo sugerido:** levantamento em até três dias úteis; se uma fonte não estiver disponível, manter “sem evidência suficiente” com próxima condição explícita de revisão.

Agenda sugerida para a primeira rodada

Ordem	Trabalho	Critério para concluir
1	Conferir Jorcyane, Leandro e Joel	Estado real verificado; pendência tem responsável e data; janela de execução é viável ou foi renegociada
2	Conferir Garrão, R5 e Elessandra	Entrega/teste e próximos compromissos visíveis, sem vender expansão antes da prova
3	Retomar Navecon, Wagner, AV Brands e Vittra	Decisor presente ou condição de espera explícita; escopo e conta compreendidos
4	Verificar imediatamente Yves	Evento/data e possibilidade atual confirmados; ação viável ou foco no próximo calendário
5	Atualizar demais registros	Estado, dono, dependência e próxima ação definidos; datas antigas corrigidas

O registro que evita repetir o erro

Use este modelo após cada contato:

Conta e pessoa:

Data da última evidência conferida:

Estado: diagnóstico / aguardando dados / aguardando decisor /

proposta em avaliação / formalização / pronto para iniciar /

em entrega / revisão de resultado / adiado / encerrado

O cliente entendeu escopo e custo total? Evidência:

Pendência concreta:

Próxima ação:

Responsável confirmado:

Data combinada:

Condição de avanço:

Evidência de formalização/pagamento/início, quando pertinente:

Se interromper, como retomar e quem avisa o cliente:

Fonte/registro do contato:

O objetivo da retomada é resolver uma condição e atualizar o estado real. Uma mensagem enviada só comprova uma tentativa; uma promessa de retorno só comprova um compromisso prometido.

Complemento de acompanhamento - preservar visibilidade

Uma conta aguardando resposta continua visível com dono, última tentativa e condição de retomada. Retirar da agenda diária não significa esconder trabalho ativo, apagar histórico ou marcar perda. O painel ou registro de espera deve explicar quem aguarda o quê e quando haverá revisão, se houver prazo combinado.

No caso Joel, qualquer teste de compra deve ser autorizado e identificado. Prefira ambiente de teste ou evidência de compra existente quando suficiente; não criar cobrança real desnecessária.

Condições comerciais e conta clara

Lançamento e aceleração são serviços distintos. Defina a conta e o acordo de cada um separadamente. Esta seção organiza a conversa; não aprova nova tabela comercial, garantia ou contrato.

1. O quadro que o cliente precisa entender

Item	Pergunta a responder
Serviço	Qual serviço e qual versão da proposta?
Escopo	O que será entregue, em qual quantidade, com quais limites?
Prazo	Qual ciclo contratado e quais dependências afetam início?
Preço	Valor à vista, entrada, parcelas e soma parcelada? Há acréscimo?
Variável	É fixo MAIS percentual ou fixo OU percentual? Qual base e janela?
Custos externos	Mídia, mensagens, ferramentas, produção, frete, taxas e equipe?
Atribuição	Como identificar vendas elegíveis, sem dupla contagem?
Incremento	Qual baseline e qual comparação, se a cobrança for incremental?
Acerto	Quando apurar, tratar cancelamentos e descontar valores já pagos?
Responsabilidades	Quem fornece, aprova, atende, executa, entrega e acompanha?
Garantia	Qual condição, fórmula, período, evidência, procedimento e limite?
Início	Quais formalizações e pré-requisitos são exigidos neste acordo?

2. Três modelos que não podem ser confundidos

Os exemplos abaixo são hipotéticos, apenas para explicar aritmética. Não são preços aprovados da HRZ.

Fixo MAIS variável: remuneração = fixo + percentual × base elegível. Se fixo 3.000 e 10% de 20.000, remuneração 5.000. Mídia e mensagens ficam fora ou dentro conforme acordo explícito.

Fixo OU variável, o maior: remuneração = maior entre mínimo e percentual × base elegível. Se mínimo 3.000 e 10% de 20.000, remuneração 3.000; se base 50.000, remuneração 5.000. Se mínimo já foi pago e acordo prevê abatimento, acerto adicional pode ser 2.000, não 5.000 novamente. Confirmar essa regra; não assumir.

Fixo sem variável: remuneração é o valor definido para o escopo/ciclo. Os gastos externos continuam precisando de quadro próprio.

Fala: "No nosso acordo, é [modelo]. Não vou misturar mais com ou. Nesse exemplo, nossa remuneração total seria [valor], e o acerto depois do já pago seria [valor pela regra aprovada]."

3. Receita, incremento e contribuição

Receita total no período não é automaticamente receita atribuída à ação. Receita atribuída não é automaticamente incremento. Incremento não prova sozinho causalidade; a comparação precisa considerar sazonalidade, descontos, campanhas paralelas e canais.

Exercício hipotético: baseline acordado de 50 mil em uma janela comparável; receita elegível observada 70 mil; diferença aritmética 20 mil. Se a regra aprovada usasse 10% desse incremento, variável 2 mil. Não seria 10% de 70 mil. A regra real pode ser diferente e precisa ser definida antes.

Fala: "Qual venda entra na base? Como vamos separar o que já aconteceria, o que veio da ação e o que foi cancelado? Sem essa regra, qualquer conta pode parecer correta para um lado e errada para o outro."

4. Conta gerencial para conversar sobre viabilidade

Organize os dados do mesmo ciclo e evite duplicar categorias:

Receita líquida considerada → menos custos variáveis do produto/serviço, taxas, descontos não abatidos, frete subsidiado e devoluções quando aplicáveis → contribuição antes da campanha → menos mídia, mensagens, remuneração e custos adicionais relevantes → saldo estimado do ciclo.

Se receita já está líquida de desconto/devolução, não descontar esses itens outra vez. Se frete está incluído no custo de produto informado, não duplicar. Definir se impostos/taxas já estão nas categorias. A conta precisa ser validada pelo responsável do cliente; não é demonstração financeira auditada.

Exemplo hipotético, sem relação com resultados reais das contas:

Item	Valor
Receita considerada	R\$20.000
Produto	R\$11.000
Taxas e custos variáveis restantes	R\$1.000
Frete subsidiado	R\$500
Contribuição antes da campanha	R\$7.500
Mídia	R\$2.500
Mensagens	R\$500
Serviço	R\$3.000
Saldo antes de eventual comissão adicional	R\$1.500

Se o acordo incluísse MAIS 10% sobre 20 mil, seriam 2 mil adicionais e o saldo deste exercício ficaria negativo em 500. Se fosse OU, o cálculo seria outro. A receita de 20 mil não resolve a decisão sem o acordo e os custos.

No mesmo exemplo, o indicador receita/mídia seria 8. Isso não faz o saldo virar lucro: o denominador desse indicador não inclui todos os custos. A garantia do lançamento precisa definir sua própria fórmula e fonte, não herdar este exercício.

5. Quando o limite físico já mostra incompatibilidade

Evento, exercício hipotético: restam 200 ingressos e contribuição estimada 40 por ingresso. Mesmo vendendo todos, contribuição adicional máxima 8 mil antes dos novos custos de campanha. Uma ação com novos custos de 12 mil não se sustenta por essas vendas, sob essas premissas.

Produto: se falta estoque ou expedição, uma projeção maior que a capacidade não pode justificar a proposta. Primeiro resolver oferta/capacidade ou reduzir o objetivo.

Aceleração: comparar custos e capacidade no ciclo inteiro. Não comparar preço trimestral com receita de uma semana nem usar um pico de vendas como prova de recorrência.

6. Cenários e regras de decisão

Monte conservador, intermediário e favorável com os dados do cliente. Cada cenário deve registrar público, taxa/quantidade de pedidos assumida, ticket, margem, custos, prazo e capacidade. Não copiar taxa de conversão de um case diferente sem rotular como hipótese.

Começar: dados suficientes, teto aceito, plano possível e responsáveis disponíveis.

Testar: hipótese limitada e custo suportável; sucesso e parada combinados.

Escalar no lançamento: somente após resultado acordado, capacidade disponível e aprovação do aumento. A fase Escalado pertence ao serviço lançamento.

Ampliar na aceleração: após validar funil/processo e capacidade dentro do programa e do acordo específico.

Parar/revisar: limite de gasto, falha de checkout, estoque/capacidade, desempenho fora do critério ou mudança material. A condição exata deve ser pactuada, sem inventar limites universais.

7. Decisões comerciais ainda necessárias

Aceleração - proposta atual

1. Confirmar valor à vista e total parcelado do modelo 12 mil+10%: 3×4.500 soma 13.500.
2. Confirmar valor e total parcelado da alternativa 22.500: 3×9.000 soma 27.000.
3. Definir base, janela, atribuição, cancelamentos e acerto dos 10%.
4. Reconciliar soma dos itens 50.497 com total declarado 38.497; a diferença é 12 mil, sem explicação observada.
5. Definir limites de entregas, responsabilidades e custos externos.
6. Definir condições verificáveis da extensão de 30 dias e o que ela inclui.

Lançamento - proposta atual

1. Escolher mínimo 25 mil ou 10 mil e os critérios de aplicação; não existe critério explícito na extração.
2. Definir regra de 10% incremental, baseline, janela e acerto.
3. Reconciliar garantia 40% (10 mil): 40% de 25 mil = 10 mil; 40% de 10 mil = 4 mil.
4. Definir fórmula/denominador, fonte e período do indicador da garantia.
5. Definir entrada, parcelas e como o mínimo já pago entra no acerto.
6. Definir orçamento por fase, liberação da fase Escalado e prazos 21/28 dias.
7. Definir atraso de material, checkout, aprovações e política de replanejamento.
8. Aprovar escopos específicos de eventos quando diferentes do deck e-commerce.

Dono sugerido dessas decisões: João, com financeiro/operação responsáveis. **Prazo recomendado:** antes da próxima proposta final que dependa desses termos. Outra IA deve registrar respostas no diário por novas entradas e versões, sem inventar aprovação.

8. Como dizer que precisa corrigir uma condição

"Eu identifiquei uma diferença entre o total e as parcelas nessa versão. Vou conferir e te devolver um quadro único. A decisão deve ser feita sobre o valor certo; não vou pedir que você aceite duas interpretações."

Depois, enviar a nova versão com identificação, total, regra e confirmação do entendimento. Preservar a versão anterior no histórico.

Complemento documental - garantia do lançamento

No slide 33, o gatilho observado da devolução é não atingir ROAS 2. Fórmula, fonte, janela, denominador e procedimento ainda precisam ser definidos. O valor 40% (10 mil) também precisa ser coerente com o mínimo escolhido. Essa garantia pertence somente ao lançamento; a extensão de serviço da aceleração é outra condição, de outro serviço.

Ficha rápida - deixar aberta durante a chamada

Antes

- Qual serviço? **Aceleração** ou **lançamento**. São distintos.
- Quem é o cliente? É descoberta, decisão, cliente ativo ou retomada?
- Qual pendência anterior e qual data crítica?
- Qual versão comercial foi aprovada? Se há dúvida, diagnóstico continua; fechamento espera confirmação dos termos.

Durante - seis pontos

1. **Objetivo:** "O que precisa estar diferente?"
2. **Jornada/gargalo:** "Como chega, atende, paga e recebe? Onde trava?"
3. **Viabilidade:** "Margem, caixa, prazo e capacidade sustentam?"
4. **Recomendação:** "Primeiro faria [ação] para resolver [gargalo]."
5. **Conta:** "Total, parcelas, gastos externos e comissão funcionam assim..."
6. **Decisão:** "O que falta, quem resolve e quando confirmamos?"

Aceleração - C1-C8

Escolher descoberta, aquisição/conversão OU recompra → verificar ciclo e capacidade → primeira ação → entregas e donos → cronograma condicionado → conta do programa → decisão → formalização e início.

Lançamento - L1-L8

Oferta/público/data/quantidade → prazo real → margem/caixa/limite → base/checkout/donos → Semente e condição de Escalado → investimento/garantia coerentes → decisão → prontidão e início.

Semente/Escalado é linguagem do deck de lançamento. Não significa o Programa de Aceleração.

Quando ouvir isto, faça aquilo

- **"Vou falar com sócio"** → resumo de uma página + conversa com decisor.
- **"Está caro"** → descobrir se é caixa, retorno esperado, comparação ou escopo.
- **"Só tenho X"** → custo total; alternativa aprovada ou espera/recusa.
- **"Garanta Y vendas"** → explicar limite; não prometer o que não controla.
- **"Não entendi os 10%"** → exemplo e confirmação; resolver antes de aceite.
- **"Manda material"** → resumo encaminhável com decisão/data, sem nova aula inteira.

- **"Preciso pensar"** → questão pendente + responsável + data/condição.
- **"Quero começar amanhã"** → prontidão e prazo real; não confundir aceite com execução.

Depois

Registrar último estado, dúvida, próxima ação, dono e prazo/condição. Enviar resumo. Conferir documentos quando exigidos pelo acordo. Registrar aprendizados no final de APRENDIZADOS.md.

Não chamar de concluído sem evidência: pagamento, assinatura, aprovação, campanha ativa, entrega e resultado econômico. Um elogio não prova nenhuma dessas coisas.

Treino e uso por voz

Este arquivo serve para o João ensaiar o roteiro e para uma IA conduzir a conversa. Cenários e diálogos de treino são simulados; não substituem fontes reais.

Comando para ouvir o material

"Use o manual desta pasta para me treinar. Primeiro pergunte se a reunião é de aceleração ou lançamento; são serviços distintos. Fale em blocos curtos. Explique um momento, simule o cliente, espere minha resposta e depois mostre uma alternativa melhor. Não leia links/tabelas nem peça para eu olhar a tela. Se eu disser continua, avance; aprofundar, explore; simular, faça o cliente. Não invente desfechos atuais das reuniões de setembro."

Uma IA sem acesso à pasta precisa receber os arquivos relevantes. O comando não concede acesso automático aos arquivos locais.

Sequência sugerida de prática

Sessão1 - Abertura e diagnóstico

Simular cliente que fala de muitas dores. João deve confirmar uma prioridade, jornada e decisor. Feedback por comportamento: perguntou o resultado, resumiu e deixou o cliente corrigir? Não atribuir nota ou personalidade.

Sessão2 - Aceleração

Cliente recebe leads, mas responde tarde. Ensaiar C1-C8: não propor mais tráfego antes de verificar atendimento; esclarecer tarefas e custo do ciclo. Finalizar com uma ação/dono/data.

Sessão3 - Lançamento de evento

Evento em 12 dias, parte dos ingressos vendida, checkout instável. Ensaiar L1-L8: verificar prazo, capacidade, contribuição e ação viável. Não prometer o método completo em prazo incompatível.

Sessão4 - Objeções econômicas

Cliente diz caro, quero 500 vendas, sem caixa ou não entendi 10%. Pedir a objeção específica, fazer a conta e permitir recusa. Usar termos hipotéticos rotulados, sem escolher uma política real pendente.

Sessão5 - Sócio e material

Cliente gostou mas precisa falar com sócio. Ensaiar resumo encaminhável e conversa conjunta. Confirmar critério de decisão, não repetir tudo.

Sessão6 - Retomada e entrega

Cliente ativo reclama de lentidão. Mostrar entrega concluída, efeito, bloqueio e próximo marco. Depois ensaiar retomada de oportunidade histórica perguntando primeiro o que mudou.

Como registrar prática e aprendizado

Depois de cada sessão, acrescentar no diário: cenário, frase praticada, dificuldade, alternativa que ficou mais clara e comportamento a testar em uma chamada real. Resultado do ensaio não é venda comprovada nem evidência de conversão.

Na próxima chamada real, coletar somente o necessário para verificar se a mudança ajudou a esclarecer a decisão. Registrar exemplos e limites; não afirmar causalidade a partir de uma conversa.

Contexto da análise de setembro de 2026

Pedido original do João

Avaliar suas reuniões de setembro: acertos, erros, pontos cegos, como melhorar e oportunidades abertas para retomar. Depois pediu condução prática, fluxogramas, scripts e mapa de condições, com duas propostas. Pediu pasta na Mesa do Mac para continuar com outra IA e instrução permanente de acrescentar aprendizados sem apagar. Esclareceu que lançamento e aceleração são serviços distintos.

Recorte e cobertura

- Setembro2026, fuso America/Bahia; busca de 01/09 00:00 local a30/09 23:59:59 local. -61 registros tl;dv, aproximadamente43h45, incluindo fragmentos; não61 reuniões únicas necessariamente. -32 documentos Drive, com sobreposição aos registros e reuniões complementares. -42 registros tl;dv retornaram texto, alguns de baixa qualidade;19 não retornaram texto. Foram consultados trechos relevantes e documentos complementares; não afirmar leitura integral de todas as horas.
- Resumos automáticos foram tratados como apoio, não prova de fechamento. Joel/Jaqueline precisaram de complemento Drive.
- Não foi auditado CRM, WhatsApp, assinatura, pagamento ou resultado financeiro posterior.
- Não foram comparados outros vendedores; não atribuir falas de Hugo, Iury, Felipe ou Sara ao João. Speaker genérico é incerto.

Diagnóstico sustentado pelo conjunto disponível

João tem bons momentos de diagnóstico real, demonstração concreta, honestidade sobre incerteza, teste limitado e cuidado relacional. A melhoria prioritária é transformar compreensão em decisão econômica clara e acompanhamento com responsável.

Padrões a trabalhar: método extenso antes de viabilidade; decisor ausente sem material encaminhável; dúvidas sobre base da comissão/mais-ou; leitura de faturamento sem todos os custos; retorno prometido sem decisão conjunta; exceções comerciais; progresso realizado sem visibilidade; aprovações concentradas em João.

Não há evidência para dizer que esses comportamentos causaram todas as perdas, que todas as oportunidades continuem abertas ou que João tenha determinada personalidade.

Âncoras de evidência

Caso	Observação útil	Limite
Navecon	Diagnóstico de jornada; Fábio e formalização ainda condicionavam início	Não usar resumo fechado como prova
R5 Fit	Cliente queria números claros; teste menor discutido	Concordância não confirma execução
Versatium28/09	Cliente corrigiu produto/frete; João reconheceu prejuízo; parceria encerrada com respeito	Não atribuir encerramento apenas a desempenho
AV Brands	Priscila pediu material; resposta sobre público esclareceu dúvida	Entendimento não é venda
Wagner	Sueli/financeiro relevante e ausente	Não assumir aprovação posterior
Marcelo	Produto/produção/margem/caixa limitavam decisão; retorno combinado	Não resolver só com mais método
Gustavo	João não garantiu volume solicitado	Orçamento e sócia continuaram relevantes
Luis Santos	Comparação concorrente e dúvida sobre 10%	Não confundir com Luis A.C. posterior
Jorcyane	Promessa PIX, conexão e dúvida de comissão	Não confirmar pagamento
CallFixa01/09	Cliente percebia lentidão apesar de registro interno de resposta	Não provar tempo médio da equipe
Preparação16/09	Sequência sugerida com percentuais/vagas sem checagem mostrada	Não prova publicação falsa

Fontes legíveis e links estão em fontes/. As narrativas completas estão no manual e no guia de objeções. As retomadas estão em 05-v2.

Lacunas a preservar

Registros sem texto retornado: Marcelo curto, Hamilton, Diego, Rosendal, Leandro Barbosa, Débora Cosméticos, Guilherme Academias, Francois, Cassia, Daniel curto, Lúcia Reis, Lucas, Bruno, Thiago, Fernanda, Adam, Yves fragmento, Mary e Thiago Hulk. Parte tem complemento ou outra gravação; ausência de texto não indica ausência na reunião.

Henrique tem registro inconsistente de link/outro atendimento. Não inferir comportamento de Henrique a partir dele. Reuniões escolares têm falantes incertos em partes; detalhes pessoais/pedagógicos não foram reproduzidos no pacote comercial.

Contexto adicional fora do foco deste manual

Houve discussões escolares sobre caixa futuro, matrícula e capacidade de atendimento. Elas reforçam a necessidade de separar demanda de conversão e de controlar compromissos futuros, mas não foram transformadas em recomendações financeiras ou avaliação individual por falta de objetivo específico e atribuição completa. Outra IA deve solicitar escopo se João quiser aprofundar esse eixo.

Decisões do João que controlam a continuidade

1. Pasta de continuidade na Mesa do Mac.
2. Aprendizados cumulativos: nunca apagar, sempre acrescentar.
3. Lançamento e aceleração são distintos.
4. Material prático e completo, com caminhos condicionais e falas específicas.

Ler AGENTS.md antes de qualquer atualização. Os links das propostas não autorizam alterar seus originais.

Propostas atuais e como usar os slides

Leitura em 02/10/2026. Originais preservados. Este arquivo resume o uso no roteiro; análises detalhadas e extrações ficam em fontes/propostas/. Não valida números de cases nem aprova condições novas.

Aceleração - serviço próprio

Proposta fornecida. Título observado: V2026.2 | Programa de Aceleração HRZ + CRM | Proposta Premium GERAL.35 slides nativos.

Oferta observada: descoberta, aquisição e recompra; diagnóstico, plano, funis, CRM, mídia, criação, páginas/automações, treinamento e acompanhamento por fases. Promessas de 90 dias e primeira semana precisam ser condicionadas a prontidão real, oferta, orçamento e operação.

Momento da chamada	Slides úteis	Como usar
Diagnóstico/viabilidade	Sem deck	Confirmar problema e condições antes do método
Mapa	10	Explicar as três camadas brevemente
Primeiro caminho	11 OU12 OU13	Escolher gargalo confirmado
Confiança	Um case5	Contexto, custos, diferenças e limites
Plano e responsabilidades	16,22,24;20/21 se necessário	Primeira entrega, dependências e tarefas
Investimento	33, após confirmação/correção	Quadro único, total e percentual definido
Garantia	32	Explicar extensão de serviço e condições
Decisão	Sem deck	Pendência, dono e data

****Condições a reconciliar:****12 mil+10% com3×4.500=13.500;22.500 com3×9.000=27.000; base dos10% indefinida; itens do31 somam50.497 versus total38.497. Não inferir juros, erro de digitação ou desconto sem decisão do João.

****Garantia observada:****30 dias adicionais de serviço se nenhuma venda em 3 meses e todas orientações executadas. Condições/evidências e gastos externos na extensão precisam de definição. Não é reembolso ou garantia de lucro.

****Limite da leitura:****7,14,25,28,35 sem texto nativo; imagens/vídeos desses slides não auditados. Não declarar conteúdo ausente, apenas não extraído.

Lançamento - serviço próprio

Proposta fornecida. Título observado: APT VENDA10X V1 (E-COMMERCE).pptx. É arquivo Office no Drive, 35 páginas/slides na extração, não deck Slides nativo. Numeração precisa de conferência visual antes de navegação por slide.

Oferta observada: ação de oferta, captação, aquecimento e venda; Semente 21 dias e Escalado 28 dias; duas reuniões Base; deveres relevantes da HRZ e do cliente. Semente/Escalado são fases desse lançamento e não o Programa de Aceleração.

Momento da chamada	Slides da extração	Como usar
Oferta, prazo e viabilidade	Sem deck	Data, quantidade, margem, caixa e capacidade
Confiança	Um case 2-8	Comparabilidade, custos e limites
Primeira ação	17-18	Semente e condição de Escalado
Projeção	Conta própria	Não usar números 19-20 não legíveis
Responsabilidades	24-25	Quem grava, aprova, atende, ajusta e entrega
Custos	28 e UMA condição 30/31 aprovada	Campanha separada da remuneração
Garantia	33, após reconciliação	Gatilho ROAS 2 e limites definidos
Início	35	Formalização, entrada e Base com prontidão

****Condições a reconciliar:**** 25 mil OU 10% incremental, maior; outro slide 10 mil OU 10% incremental, maior; critério entre versões ausente. Garantia 40% (10 mil) se não atingir ROAS 2 fecha com 25 mil, mas 40% de 10 mil = 4 mil. Definir mínimo, baseline, janela, acerto, fórmula e procedimento antes da proposta final.

Custos observados de campanha: Semente 5-10 mil e Escalado 10-100 mil, compostos por mídia, mensagens e brindes. Não assumir que o teto é investimento obrigatório nem oferecer o pacote integral a um cliente com caixa incompatível.

Limite da leitura: gráficos/imagens e valores das projeções 19-20 não verificados. Não há PPTX original local: tentativa de download retornou 403. Extração textual foi salva; não foi feita conversão ou alteração do arquivo.

Como corrigir sem perder o histórico

João aprova as condições de cada serviço → IA registra decisão no diário → cria nova versão do quadro/deck se autorizada → confere totais e texto → registra validação → preserva originais. Neste trabalho os decks não foram editados.

Uma frase para trocar promessa genérica por proposta específica

Aceleração: "Vamos implantar e acompanhar [processo] para melhorar [gargalo], medir [resultado] e ampliar o que funcionar dentro da sua capacidade."

Lançamento: "Vamos planejar esta oferta para esta janela, com teto e condições de execução. Primeiro testamos a resposta; a ampliação depende do resultado e da capacidade."

São falas recomendadas. Não significam que um serviço se transforma no outro.