

Matriz do ICP

Construa a primeira versão do perfil de cliente ideal para sua nova mentoria premium.

Você vai usar o conhecimento que já domina e a transformação que consegue entregar para escolher um mercado-base, aprofundar a mente desse cliente e organizar tudo em uma matriz consultável.

O processo

1. Input

Descreva sua expertise, o problema que resolve e quem poderia ter mais valor nessa transformação.

2. Escolha

A IA compara três perfis possíveis. Você escolhe o perfil que tem maior aderência à sua entrega.

3. Aprofundamento

Investigue situação atual, dor, desejo e decisão de compra.

4. Saída

Consolide a Matriz do ICP v1 e guarde-a para as próximas etapas.

A regra central

A Matriz do ICP não nasce perfeita. Ela nasce estratégica e se torna precisa com o mercado. Nesta etapa, a IA organiza uma hipótese com base nas suas premissas. Depois, formulários, calls e vendas vão ajudar a refiná-la.

Entregável: Matriz do ICP v1, organizada em um único documento Markdown (.md).

Execução: um input inicial + seis prompts, na mesma conversa com a IA.

Prepare o input

Você não precisa reunir DMs, depoimentos, formulários nem uma pesquisa extensa para começar. A entrada obrigatória é a sua expertise. O comprador da nova mentoria pode ser diferente do comprador dos seus produtos atuais.

Responda às três perguntas

1. O que você sabe fazer muito bem?

Descreva o conhecimento ou habilidade que domina, sua experiência prática e o que já conseguiu fazer. Se ainda não tem resultados de clientes, descreva apenas a própria experiência, sem atribuí-la a terceiros.

2. Que problema você consegue resolver?

Explique a situação inicial (ponto A), o resultado concreto que pode ajudar a atingir (ponto B), os limites da sua atuação e o que a pessoa precisa ter ou saber para aplicar sua orientação. Não precisa ter o método pronto.

3. Quem teria mais valor em resolver esse problema?

Diga quem você imagina que sofre com ele, por que seria importante resolvê-lo e quem poderia perceber valor em acompanhamento premium. Se não souber, escreva: “Ainda não sei; quero comparar possibilidades”.

Copie e preencha

MINHA EXPERTISE:

[O que domino + experiência prática + resultados que posso sustentar.]

PROBLEMA E TRANSFORMAÇÃO:

[Ponto A → ponto B + limites da entrega + pré-requisitos do cliente.]

QUEM PODE TER MAIS VALOR:

[Perfil que imagino + razão para buscar ajuda. Ou: ainda não sei.]

CONTEXTO OPCIONAL:

[País/mercado de atuação e faixa de investimento planejada, se já houver. Não defina preço só para preencher este campo.]

Abra uma nova conversa, cole este input junto com o Prompt 1 e execute os prompts em ordem. Preencha os colchetes antes de enviar.

Compare três perfis

Objetivo: identificar quem tem maior aderência à transformação. Esta comparação escolhe o mercado-base do ICP; os recortes comerciais (MQLs) ficam para a Etapa 02.

Atue como analista de perfil de cliente ideal para uma nova mentoria premium. Use o input abaixo como ponto de partida:

[COLE AQUI O INPUT PREENCHIDO DA PÁGINA ANTERIOR.]

Não assuma que compradores dos meus produtos atuais são o público da mentoria. Parta da transformação que consigo entregar, do problema, dos pré-requisitos e do contexto de alguém que poderia investir em acompanhamento premium. Não crie meu método, minha oferta ou meus MQLs nesta etapa.

Regras para toda esta conversa: diferencie “Informado por mim”, “Inferência” e “Hipótese a validar”. Uma informação fornecida por mim não é automaticamente comprovação de mercado. Não invente estatísticas, pesquisas, resultados, depoimentos, fontes ou frases reais de clientes. Não preencha idade, renda, gênero ou outros atributos sem relevância e fundamento. Capacidade financeira e disposição para pagar são hipóteses distintas. Se faltar uma premissa essencial, faça até três perguntas objetivas antes de continuar.

Identifique três perfis de clientes que poderiam perceber alto valor nessa transformação. Se as premissas só sustentarem um ou dois, explique sem inventar alternativas. Para cada perfil, descreva contexto, problema central, resultado procurado, maturidade e pré-requisitos.

Compare em uma tabela: intensidade do problema, urgência, capacidade financeira provável, consciência do problema, facilidade de acesso e aderência à minha expertise. Use alta, média, baixa ou desconhecida; justifique cada avaliação. Trate facilidade de acesso como hipótese se eu não informei audiência ou canais. Não apresente notas como dados de mercado.

Recomende um perfil, explique a escolha, os riscos e o que precisa ser validado. Conclua pedindo que eu escolha ou ajuste o perfil antes do aprofundamento.

Sua decisão: leia a comparação e responda: “Escolho o perfil [X], com este ajuste: [se houver]”. Escolha quem você consegue ajudar e cujo problema pode justificar acompanhamento. Um ticket alto, sozinho, não comprova aderência.

Desenhe o ICP

Objetivo: construir a estrutura inicial do perfil escolhido, sem misturar públicos diferentes.

Use o perfil que escolhi e as premissas do meu input para construir a hipótese inicial do ICP da nova mentoria. Mantenha as regras de origem e incerteza estabelecidas no Prompt 1.

Organize a análise nestes blocos:

1. Quem é: atividade, estágio de maturidade e contexto relevante.
2. Situação atual: o que está acontecendo na vida ou no negócio.
3. Problema central e sintomas: diferencie o problema das manifestações observáveis; não apresente uma causa hipotética como diagnóstico confirmado.
4. Dores, frustrações e medos: impactos funcionais, emocionais e sociais.
5. Desejos: resultado concreto, benefícios e mudança de identidade.
6. Tentativas anteriores: o que pode ter tentado e por que pode ter sido insuficiente. Não afirme experiências que não foram informadas.
7. Crenças e consciência: como pode interpretar o problema e o tipo de ajuda necessária.
8. Compra: possíveis gatilhos, objeções, critérios de decisão, motivos para agir e para adiar.
9. Aderência à mentoria: maturidade, condições para aplicar, percepção de valor e capacidade de investimento provável. Não conclua disposição para pagar a partir de renda ou profissão.
10. Limites: quem não seria bem atendido por minha transformação e quais premissas ainda faltam.

Use uma tabela com “Bloco”, “Descrição”, “Origem” e “O que validar”. Seja específico nas situações cotidianas, mas evite biografia fictícia, detalhes decorativos e estereótipos.

Dê ao avatar um nome apenas como recurso de referência, identificado como fictício. Não invente idade, estado civil ou renda para completar a personagem. Não crie MQLs, promessa comercial ou peças de copy. Finalize com uma síntese do ICP em um parágrafo.

Confira antes de seguir

O perfil faz sentido para o problema que você resolve? Ele tem os pré-requisitos para receber sua ajuda? Se a IA extrapolou sua entrega, corrija agora: “Ajuste estes pontos: [...]”.

Você está organizando uma hipótese operacional. Clareza é necessária para avançar; precisão de mercado virá com a execução.

Aprofunde a situação atual

Objetivo: entender o que o problema representa na rotina do cliente e por que ele importa.

Aprofunde a dor do ICP escolhido usando a análise anterior. Preserve o perfil e as regras de origem e incerteza. Não aumente artificialmente a gravidade do problema para torná-lo mais persuasivo.

Descreva:

1. Cinco situações cotidianas em que o problema pode aparecer, com sinais observáveis.
2. O que essa pessoa pode pensar, sentir e fazer nessas situações.
3. Impactos práticos, emocionais e sociais, separando os mais plausíveis dos ainda incertos.
4. Frustrações recorrentes e medos de continuar como está.
5. O que pode tentar resolver sozinha, quais alternativas buscaria e onde poderia encontrar dificuldade.
6. Perguntas internas difíceis que poderia fazer sobre o problema. Identifique-as como formulações hipotéticas, nunca como falas coletadas.
7. O que poderia transformar um incômodo tolerável em uma necessidade urgente.

Diferencie sintomas, problema central e possíveis causas. Não afirme causas sem base no input. Não atribua falhas às tentativas anteriores como fato quando elas são apenas possíveis.

Para cada insight, indique sua origem e uma pergunta ou sinal que ajudaria a verificá-lo em futuras conversas com esse perfil. Priorize o que pode mudar a comunicação e a entrega.

Termine com as três dores que parecem mais relevantes e explique por que são prioridades provisórias.

O que você deve reconhecer

As situações precisam combinar com a realidade que você conhece como especialista. Ajuste exageros, suposições sem sentido ou problemas que sua mentoria não consegue abordar.

Guarde para depois: as perguntas de verificação poderão orientar a leitura dos formulários e das calls. Não é necessário fazer entrevistas agora para concluir a etapa.

Defina o futuro desejado

Objetivo: separar resultado concreto, benefício emocional e mudança de identidade.

Aprofunde os desejos do ICP escolhido, respeitando a transformação que consigo entregar e os limites informados. Mantenha as regras de origem e incerteza.

Organize:

1. Resultado funcional: o que a pessoa quer conseguir fazer, resolver ou mudar.
2. Benefício emocional: como espera se sentir com essa mudança.
3. Benefício social: como gostaria de ser percebida, quando isso for relevante ao perfil.
4. Identidade: como gostaria de passar a se enxergar.
5. Desejo final: o que pode existir por trás do resultado imediato.
6. Sinais de progresso: o que indicaria para ela que está avançando. Não invente metas numéricas nem prazos.
7. Contraste antes/depois: situação, rotina, decisões e percepção de si. Descreva como cenário desejado, não como resultado garantido.

Diferencie o desejo do cliente do que eu efetivamente posso ajudar a entregar. Se houver uma distância entre eles, destaque-a sem ampliar minha capacidade.

Apresente uma tabela de antes/depois e uma lista curta dos desejos prioritários. Identifique inferências e hipóteses e mostre o que precisa ser validado. Não escreva promessa de venda, mecanismo único ou oferta. Conclua com uma frase descritiva da transformação procurada por esse perfil.

Faça a checagem de aderência

A transformação desejada está dentro do seu campo de atuação? O acompanhamento agrega valor para esse resultado? Se a resposta depender de condições, registre essas condições na matriz.

O desejo pode ser maior que a sua entrega. Essa diferença precisa ficar visível para orientar as próximas etapas com honestidade e clareza.

Entenda como ele decide

Objetivo: levantar hipóteses sobre o que faz esse perfil buscar ajuda, confiar e investir.

Analise a decisão de compra do ICP escolhido para uma mentoria premium. Não considere capacidade financeira como prova de disposição para comprar. Mantenha as regras de origem e incerteza.

Investigue:

1. Contexto de compra: o que poderia acontecer antes da busca por ajuda e transformar o problema em prioridade.
2. Momento: por que poderia agir agora e o que poderia levá-lo a adiar. Não crie urgência artificial.
3. Valor do acompanhamento: por que poderia preferir orientação próxima a estudar sozinho; em que situações não precisaria de mentoria.
4. Critérios de decisão: o que compararia, que provas procuraria e o que precisaria entender para decidir.
5. Confiança e desconfiança: sinais que valorizaria no especialista e na proposta.
6. Objeções: ao problema, à solução, ao formato de mentoria, ao especialista e à compra (investimento, tempo ou condições de aplicação). Separe crenças gerais de obstáculos concretos.
7. Viabilidade: maturidade, tempo para executar, autonomia para decidir e condições econômicas, sem inventar renda ou orçamento.

Crie também um Banco de Linguagem Provável com até 12 formulações curtas de dores, desejos, frustrações e objeções. Identifique TODAS como exemplos hipotéticos gerados pela IA. Não use o título “Voz real do cliente” nem atribua essas frases a pessoas reais.

Organize os insights com origem, justificativa e o que validar. Termine com as cinco hipóteses de compra que mais poderiam mudar nossa estratégia se estiverem erradas. Não escreva anúncios, respostas persuasivas ou roteiro de vendas.

O resultado esperado

Você terá critérios e obstáculos para orientar oferta, formulário e calls nas etapas seguintes. Nesta fase, eles continuam sendo hipóteses: servem para iniciar o trabalho e serão confrontados com as respostas do mercado.

Gere a Matriz do ICP v1

Objetivo: reunir tudo em um documento único. Cole o prompt inteiro, incluindo a continuação da próxima página.

Consolide a conversa em um único documento chamado “Matriz do ICP v1”. Use o perfil que escolhi, minhas correções e os aprofundamentos anteriores. Não misture os perfis descartados e não inclua MQLs, método, oferta ou copy.

Não acrescente novas características para preencher lacunas. Em caso de contradição, siga minha correção mais recente; se não houver como resolver, destaque a dúvida. Mantenha separados: Informado por mim, Inferência e Hipótese a validar. Use “Não definido” quando faltarem premissas.

Comece com uma ficha de referência: nome fictício do avatar, data da versão [DATA INFORMADA POR MIM OU “A PREENCHER”], expertise de origem, transformação possível e perfil escolhido. Acrescente: “Este documento é uma hipótese estratégica, ainda não uma descrição validada do mercado”.

Depois, produza uma matriz com quatro colunas: Campo | Descrição objetiva | Origem | O que validar. Inclua estes campos:

1. Identidade e contexto relevante.
2. Estágio de maturidade e nível de consciência.
3. Situação atual.
4. Problema central e possíveis causas, claramente separadas.
5. Sintomas e situações cotidianas.
6. Dores prioritárias.
7. Frustrações.
8. Medos.
9. Desejos funcionais, emocionais e sociais.
10. Desejo final.
11. Transformação de identidade.
12. Tentativas anteriores possíveis.
13. Limitações ou razões possíveis de insucesso dessas tentativas.
14. Crenças sobre o problema e a solução.
15. Objeções ao problema, à solução, à mentoria, ao especialista e à compra.
16. Gatilhos e contexto de compra.
17. Critérios de decisão, confiança e provas procuradas.
18. Motivos para agir agora.
19. Motivos para adiar.
20. Perguntas internas prováveis.
21. Pré-requisitos e condições de aplicação.
22. Capacidade de investimento e disposição para pagar, separadas e sem valores inventados.
23. Quem não se beneficiaria ou não estaria pronto.

O prompt continua na próxima página.

Salve seu documento

Após a matriz, inclua:

A. Síntese do ICP em um parágrafo: quem é, o que vive, o problema que quer resolver e a transformação procurada.

B. Quadro antes/depois: cenário atual e cenário desejado, sem garantias de resultado.

C. Banco de Linguagem Provável: reúna as formulações mais úteis já geradas e sinalize cada uma como exemplo hipotético. Reserve um espaço vazio “Voz real do cliente - preencher depois com frases das novas calls e formulários”. Não invente falas para esse espaço.

D. Validação futura: liste até cinco hipóteses prioritárias, por que importam, qual pergunta ou sinal pode verificá-las e onde observar isso (criativos, formulários, calls ou vendas). Não trate cliques isolados como comprovação de intenção de compra ou de capacidade financeira.

E. Pendências essenciais: registre somente o que ainda impede a escolha coerente do perfil ou a compreensão do problema. Se não houver, diga que a v1 está organizada para seguir à Etapa 02, sujeita a validação.

Entregue o documento completo em Markdown, pronto para salvar como Matriz_do_ICP_v1.md. Se puder gerar um arquivo para download, gere-o. Caso contrário, apresente todo o conteúdo em um único bloco de código Markdown para eu copiar e salvar. Não afirme ter criado um arquivo se só apresentou texto. Priorize clareza e utilidade: não repita a mesma análise em várias seções.

Como guardar e usar

1. Leia o resultado e corrija qualquer ponto incompatível com sua expertise ou com o perfil escolhido.
2. Baixe o .md, se a ferramenta o gerar. Caso contrário, copie o bloco completo para um editor de texto e salve com o nome indicado.
3. Guarde uma cópia. Nas próximas conversas com a IA, anexe ou cole a matriz como contexto.

Se precisar corrigir: “Revise a Matriz do ICP v1 com estes ajustes: [...]. Atualize os campos afetados e gere novamente o documento completo, mantendo a identificação das hipóteses”.

Confira e avance

Checklist de conclusão

- Escolhi um mercado-base coerente com a transformação que consigo entregar.
- Sei quem é esse cliente e quais pré-requisitos ele precisa ter.
- Consigo explicar o que ele vive, o que tenta resolver e por que isso importa.
- Tenho dores, desejos, tentativas anteriores e objeções organizados.
- Tenho hipóteses sobre o que o faz agir, adiar e escolher uma solução.
- Separei minha expertise informada das inferências e hipóteses da IA.
- Identifiquei a linguagem provável como hipotética; não há falas reais inventadas.
- Salvei a Matriz do ICP v1 e registrei os pontos mais importantes a validar.

Você pode avançar quando: o perfil e a transformação estiverem claros e coerentes, sem pendências essenciais. A validação de mercado não precisa estar concluída nesta etapa.

Refine quando a operação rodar

Depois de iniciar criativos, formulários, calls e vendas, registre o que os novos leads mostram: problema relatado, urgência, resultado procurado, objeções, condições de aplicação e frases literais. Considere também quem não compra e o motivo informado.

Compare esses sinais com a v1. Preserve o que se confirma, ajuste o que diverge e mantenha como hipótese o que ainda não tem evidência suficiente. Um caso isolado pode sugerir uma revisão; padrões recorrentes dão uma base melhor para decidir.

Comando para atualizar depois:

“Aqui estão minha Matriz do ICP e os novos aprendizados do mercado: [...]. Compare-os, mostre o que se confirmou, o que mudou e o que continua incerto. Preserve falas reais com sua origem. Gere a versão seguinte com data e registro das alterações”.

Próxima etapa: definir os MQLs - os recortes comerciais dentro do ICP escolhido. O método, a oferta e as peças de comunicação serão estruturados depois.