

Definição dos MQLs

Escolha com quem você vai começar a conversar.

Você já construiu a Matriz do ICP. Agora vai transformar esse perfil em um recorte claro para orientar a aquisição da sua futura mentoria.

Um foco para começar

Saia desta etapa com um MQL prioritário. A IA pode comparar até três recortes, mas você escolhe um para começar. Os outros dois, se fizerem sentido, ficam como alternativas para testar depois.

O passo a passo

1. Prepare a entrada

Anexe ou cole sua Matriz do ICP v1.

2. Execute o Prompt 1

A IA identifica até três recortes, compara e recomenda um.

3. Faça sua escolha

Confira a aderência à sua entrega e selecione o prioritário.

4. Execute o Prompt 2

A IA consolida a Ficha do MQL Prioritário.

5. Confira e salve

Revise os critérios de conclusão e guarde o documento.

Entregável: Ficha do MQL Prioritário, em um único documento Markdown (.md).

Execução: dois prompts + uma decisão sua.

Próxima etapa: construção do método, no Pilar 2 - Produto e Aquisição.

Use sua Matriz do ICP

A Matriz do ICP v1 é a entrada obrigatória. Use a versão que você revisou na Etapa 01. Não precisa repetir a investigação de dores, desejos e objeções nem reunir uma nova base de dados.

Antes de enviar o primeiro prompt

1. Abra a conversa em que construiu o ICP ou uma nova conversa com a IA.
2. Anexe o arquivo da matriz ou cole seu conteúdo completo.
3. Confirme que ela contém sua expertise, a transformação possível e os pré-requisitos do cliente. Se faltar algo, complete apenas esses pontos.
4. Envie o Prompt 1 da próxima página. Faça a escolha e execute o Prompt 2 na mesma conversa.

O que é um MQL neste método

Neste programa, usamos MQL para nomear **um recorte do ICP definido por uma situação concreta que torna a transformação especialmente relevante**. A pergunta é: “Dentro do meu ICP, quem está vivendo uma situação que justifica procurar minha ajuda agora?”.

A estrutura do recorte

Quem é

Qual perfil, dentro do ICP, estamos buscando?

O que já tem ou já fez

Que condição indica maturidade para receber nossa ajuda?

O que está vivendo agora

Qual problema ou situação torna essa transformação relevante?

Fórmula: [Perfil] que já [condição de maturidade] e está [situação atual relevante].

Exemplo: infoprodutor que já faturou mais de R\$100 mil vendendo infoprodutos e está com a margem apertada. Esse valor é um exemplo do nosso projeto, não uma exigência para o seu público. Critérios como “já atende clientes” também podem fazer sentido.

Identifique os recortes

Copie o prompt abaixo depois de anexar ou colar sua matriz.

Leia a Matriz do ICP v1 que forneci e ajude-me a escolher um MQL prioritário para minha futura mentoria premium. Neste método, MQL significa um recorte dentro do ICP, definido pelo perfil, por uma condição de maturidade e por uma situação atual relevante.

Use como base a expertise, a transformação possível, os limites e os pré-requisitos registrados na matriz. Se faltar uma dessas premissas essenciais, faça até três perguntas objetivas antes de continuar. Não repita a investigação completa do ICP.

Regras: diferencie “Informado por mim”, “Inferência” e “Hipótese a validar”. Preserve as incertezas da matriz. Não invente dados de mercado, faturamento mínimo, renda, resultados, falas reais ou capacidade de pagamento. Capacidade financeira não comprova disposição para comprar. Não crie minha oferta, método, anúncios ou campanhas.

Identifique até três recortes consistentes dentro do mesmo ICP. Para cada um, escreva: “[Perfil] que já [condição de maturidade] e está [situação atual relevante]”. Explique a condição escolhida e sua relação com a aplicação da mentoria. Não exija um número se não houver fundamento.

Não crie públicos que exijam outra expertise, outra transformação ou uma mentoria diferente. Agrupe recortes equivalentes: “margem apertada” e “pouco lucro”, por exemplo, podem representar a mesma situação. Diferencie as alternativas somente quando isso mudar a situação, a maturidade ou o motivo para buscar ajuda. Se houver apenas um recorte consistente, apresente um; não complete três por obrigação.

Compare as opções em uma tabela com quatro critérios: (1) aderência à minha entrega; (2) relevância do problema; (3) prontidão para acompanhamento; (4) facilidade de identificação e acesso. Use alta, média, baixa ou desconhecida e justifique cada avaliação. Separe conseguir identificar o perfil de conseguir alcançá-lo; se não informei canais ou audiência, sinalize o acesso como desconhecido. Não use pontuações numéricas.

Recomende um recorte para começar. Explique por que ele parece mais coerente, quais riscos existem e o que precisa ser validado. A recomendação é uma hipótese estratégica, não uma previsão de vendas. Conclua pedindo minha escolha ou meus ajustes antes de gerar a ficha final.

Resultado esperado: até três recortes comparados e uma recomendação. Você ainda não precisa criar anúncios nem dividir a operação entre as opções.

Escolha um prioritário

Leia a comparação e escolha o recorte que você consegue ajudar, reconhecer e abordar com clareza. Não escolha somente porque a IA o descreveu como o público com maior capacidade financeira.

Faça quatro perguntas

Consigo ajudar?

Esse perfil está dentro da transformação que domino e dos limites da minha atuação?

O problema é relevante?

A situação descrita oferece uma razão concreta para buscar ajuda?

Está pronto para aplicar?

Esse cliente tem os pré-requisitos e condições para aproveitar o acompanhamento?

Consigo reconhecê-lo e alcançá-lo?

Há sinais que ele consegue informar e um caminho plausível de acesso? Se o acesso ainda é desconhecido, registre essa pendência.

Responda à IA

Escolho o MQL [NÚMERO OU DEFINIÇÃO], com estes ajustes: [AJUSTES, SE HOUVER].

O canal ou caminho que já tenho para alcançar esse perfil é: [INFORME OU ESCREVA “AINDA NÃO DEFINIDO”].

Mantenha os outros recortes consistentes apenas como alternativas futuras. Não os transforme em frentes obrigatórias de execução.

Se as opções não fizerem sentido

Diga o que está errado e peça uma revisão. Exemplo: “Esses recortes exigem uma transformação que eu não entrego. Considere este limite: [...]. Refaça a comparação mantendo o mesmo ICP”.

Se nenhuma opção for coerente com sua entrega, ajuste a premissa na Matriz do ICP antes de concluir. Se faltar apenas evidência de mercado, mantenha o recorte como hipótese e registre o que observar depois.

Uma pessoa pode caber em mais de um recorte. O importante é escolher a situação que vamos priorizar na comunicação inicial. Você não precisa criar classificações complexas para impedir toda sobreposição.

Gere a ficha final

Depois de comunicar sua escolha, copie este prompt na mesma conversa.

Consolide minha escolha em um único documento chamado “Ficha do MQL Prioritário v1”. Use a Matriz do ICP, a comparação anterior e meus ajustes mais recentes. Não amplie a transformação nem acrescente novos públicos.

Comece com: versão, data [DATA INFORMADA POR MIM OU “A PREENCHER”], síntese do ICP de origem e MQL escolhido. Registre que esta ficha é uma hipótese estratégica, sujeita a validação com o mercado.

Organize a ficha com estes campos:

1. Definição em uma frase: perfil + condição de maturidade + situação atual.
2. Sinais para reconhecê-lo: até três características observáveis ou que o próprio lead consegue informar. Evite critérios subjetivos como “quer vencer”.
3. Problema de entrada: a situação concreta pela qual começaremos a conversa.
4. Resultado procurado: o que deseja mudar, coerente com a matriz e a transformação possível.
5. Possível gatilho de ação: o que pode levá-lo a procurar ajuda agora. Não invente urgência.
6. Condições para ser atendido: pré-requisitos para aproveitar e aplicar a mentoria.
7. Quem fica de fora: perfis sem aderência ou ainda sem condições de aplicação. Não confunda ausência de aderência com uma objeção que pode ser esclarecida.
8. Perguntas de identificação: até três perguntas simples e diretas para reconhecer esse recorte depois. Não monte o formulário completo nesta etapa.
9. O que precisa ser validado: até três hipóteses importantes, com pergunta ou sinal para verificá-las em formulários, calls ou vendas.

Identifique a origem dos campos relevantes como Informado por mim, Inferência ou Hipótese a validar. Se algo não estiver definido, sinalize a lacuna. Não transforme uma hipótese da matriz em fato.

Acrescente uma frase direta de reconhecimento do perfil, somente para testar a clareza do recorte. Identifique-a como formulação gerada pela IA, não como fala real de cliente.

Se houver alternativas consistentes, registre no final até duas, cada uma com definição e situação que a diferencia do prioritário. Indique “Reservadas para teste futuro”. Se não houver, não invente.

Entregue o documento completo em Markdown, pronto para salvar como `Ficha_do_MQL_Prioritario_v1.md`. Se puder gerar arquivo para download, gere-o. Caso contrário, apresente todo o conteúdo em um único bloco de código Markdown. Não afirme ter criado arquivo se só apresentou texto. Priorize clareza e concisão; não repita toda a Matriz do ICP.

Como a ficha pode ficar

Exemplo ilustrativo aplicado ao nosso projeto. As hipóteses de comportamento abaixo precisam de validação. Use a estrutura para o seu caso, sem copiar os critérios automaticamente.

Definição em uma frase

Infoprodutor que já faturou mais de R\$100 mil vendendo infoprodutos e está com a margem apertada.

Origem: recorte definido para o nosso projeto.

Sinais de identificação

Já vende infoprodutos; informa faturamento acumulado acima do critério escolhido; relata redução ou insuficiência da margem. Esses sinais precisam ser confirmados pelo lead.

Problema de entrada

Já consegue vender, mas percebe que sobra pouco dinheiro da operação. **Origem:** premissa do projeto; presença e intensidade em cada lead a verificar.

Resultado procurado

Encontrar uma forma mais rentável de monetizar o conhecimento que já possui. **Origem:** hipótese a validar.

Possível gatilho de ação

Perceber que manter o volume de vendas já não sustenta o lucro esperado. **Origem:** hipótese a validar.

Condições para ser atendido

Ter conhecimento aplicável e experiência comercial, além de condições para executar a construção e a venda da mentoria. **Origem:** requisitos de aderência ao programa.

Quem fica de fora

Quem ainda não sabe o que vender, não domina uma transformação ou busca apenas um serviço feito integralmente por terceiros.

Perguntas de identificação

Você já vende infoprodutos? Quanto já faturou, aproximadamente, com esses produtos? O que está acontecendo com a margem da sua operação?

O que validar

A margem é uma prioridade agora? O acompanhamento premium é percebido como valioso? O lead tem condições de aplicar e investir? Verificar nas respostas e nas calls.

Frase de reconhecimento: “Você já faturou mais de R\$100 mil com infoprodutos, mas está vendo sobrar cada vez menos dinheiro?”

Formulação ilustrativa gerada para testar clareza; não é depoimento nem fala coletada.

Confira, salve e avance

Checklist de conclusão

- O MQL pertence ao ICP escolhido e mantém a mesma transformação.
- Consigo ajudar esse perfil com a expertise que domino.
- O recorte tem sinais claros de identificação e um problema de entrada específico.
- As condições de aplicação estão claras e os números usados têm uma justificativa.
- Escolhi um único MQL prioritário; há no máximo duas alternativas reservadas.
- As inferências e hipóteses continuam identificadas.
- Registre o que ainda precisa ser validado e salvei a ficha final.

Critério para concluir: “Sei quem vou buscar primeiro, consigo reconhecer essa pessoa e sei qual situação vou abordar para iniciar a conversa”.

Guarde o entregável

Baixe o arquivo .md, se a IA o gerar. Caso contrário, copie o bloco completo para um editor de texto e salve como **Ficha_do_MQL_Prioritario_v1.md**. Guarde a ficha junto da Matriz do ICP. Quando abrir uma nova conversa nas próximas etapas, anexe ou cole os dois documentos.

Valide quando começar a operar

Nos formulários e nas calls, observe se os leads se encaixam no recorte, relatam o problema escolhido e têm condições de aplicação. Nas vendas e nas perdas, registre o motivo informado. Clique isolado não confirma intenção de compra nem capacidade financeira.

Se os sinais divergirem da ficha, investigue também oferta, acesso e execução comercial antes de concluir que o MQL está errado. Atualize o prioritário quando houver fundamento; as alternativas são possibilidades de teste, não novas campanhas obrigatórias.

Para atualizar depois: “Compare minha Ficha do MQL com estes aprendizados: [...]. Mostre o que se confirmou, o que divergiu e o que continua incerto. Proponha ajustes fundamentados, sem ampliar o ICP, e gere a versão seguinte com data e registro das mudanças”.

Próxima etapa: construção do método. Você já tem clareza sobre quem pretende atender e com qual recorte vai começar.