

Construção da oferta

Empacote seu método com clareza comercial.

Nesta etapa, você vai definir os elementos da oferta que serão usados nos criativos, no formulário e na call de vendas. O resultado é uma ficha curta com as decisões sobre aquilo que você vende.

O que ficará definido

Público e problema de entrada

Para quem é e qual situação vamos abordar.

Promessa com especificidade

Qual transformação oferece e como torná-la concreta.

Mecanismo único e big idea

Como o caminho funciona e qual ideia ajuda a perceber seu valor.

Nome do método

Como identificar e apresentar esse caminho.

Entrega, investimento e provas

O que o cliente recebe, em quais condições e o que sustenta a confiança.

A ordem de execução

1. Prepare os documentos e as informações práticas.
2. Execute o Prompt 1: essência comercial.
3. Revise e aprove promessa, mecanismo e big idea.
4. Execute o Prompt 2: nome e condições da oferta.
5. Escolha o nome e confirme as condições.
6. Execute o Prompt 3: Ficha da Oferta.
7. Confira, salve e avance.

Entregável: Ficha da Oferta v1, em Markdown (.md).

Execução: três prompts + duas decisões suas.

Escopo: elementos comerciais definidos; a venda será conduzida pelo formulário e pela call.

Forneça as bases da oferta

Anexe ou cole os três documentos revisados: **Matriz do ICP**, **Ficha do MQL Prioritário** e **Mapa do Método**. Não é necessário reconstruir o público ou o caminho da transformação.

Complete o que você já sabe

Preencha o bloco abaixo. Onde ainda não houver uma decisão, escreva “A decidir”. Use a mesma conversa durante toda a etapa.

DOCUMENTOS:

[Anexei ou coleí ICP, MQL prioritário e Mapa do Método.]

ESPECIFICIDADE DA PROMESSA:

[Resultado, quantidade, prazo ou marco que pretendo comunicar. Se houver prazo: quando começa, pré-requisitos e experiência/evidência que sustenta sua viabilidade. Ou: a decidir.]

FORMATO E DURAÇÃO:

[Individual, grupo ou combinação + período de acompanhamento.]

CONTATO E SUPORTE:

[Encontros, frequência, canais e limites de atendimento.]

MATERIAIS E RECURSOS:

[O que será disponibilizado para executar o método.]

RESPONSABILIDADES:

[O que eu faço e o que o cliente precisa executar.]

INVESTIMENTO E CONDIÇÕES:

[Preço, pagamento e demais condições já decididas.]

PROVAS DISPONÍVEIS:

[Experiência relevante, resultados próprios, resultados de clientes ou demonstrações do processo. Informe a origem e a relação com a nova entrega. Se não houver, diga isso.]

ELEMENTOS OPCIONAIS:

[Bônus ou garantia, somente se existirem, com função e condições. Caso contrário: não definidos.]

Não precisa ter todas as decisões prontas antes de começar. Os prompts vão destacar as lacunas e fazer perguntas curtas. Sugestões da IA só se tornam condições da oferta depois da sua escolha.

Especifique a transformação

Use o ICP e o MQL para definir para quem a oferta será apresentada e qual problema de entrada vamos abordar. Depois traduza o ponto B do método em uma promessa compreensível.

A fórmula da promessa

Ajudar [perfil] a [transformação concreta], por meio de [caminho principal], com [especificidade].

A ordem das palavras pode mudar para a frase soar natural. Os quatro componentes precisam ficar claros. A especificidade torna a proposta mais palpável: o comprador deve entender o que será conquistado e como reconhecer o resultado.

Como acrescentar especificidade

Resultado observável

O que estará pronto, funcionando ou sendo realizado.

Quantidade

Um marco definido, como a primeira venda, quando esse resultado fizer parte da proposta.

Prazo

Em quanto tempo se pretende alcançar o marco, com início e condições explícitos.

Condição de conclusão

Qual sinal concreto permite reconhecer que a transformação aconteceu.

Exemplo proposto para nosso projeto

“Ajudar infoprodutores experientes a transformar seu conhecimento em uma mentoria premium e implementar um processo simples para realizar sua primeira venda em até 72 horas.”

A **primeira venda** e as **72 horas** tornam o resultado específico. Para fechar essa formulação, precisamos definir de quando contamos o prazo, quais condições o cliente deve cumprir e qual base sustenta essa expectativa. Essas definições não podem ficar implícitas.

Este exemplo é uma proposta de promessa do projeto. O prazo não é uma regra para todas as mentorias nem deve ser copiado para a sua oferta sem aderência ao seu método.

Orientação: preserve a especificidade sem inventar números. Se o prazo ainda não estiver sustentado, registre-o como proposta a confirmar e defina um marco concreto que o método já permite sustentar. A IA deve mostrar a pendência, sem alterar silenciosamente a promessa que você escolheu.

Mecanismo e big idea

Mecanismo único: como o caminho funciona

Extraia a lógica específica do método respondendo:

1. O que dificulta a transformação desse cliente?
2. O que nosso método faz para enfrentar essa dificuldade?
3. Qual característica oferece uma diferença relevante para esse público?

No nosso projeto, uma direção é aproveitar conhecimento e ativos existentes, organizá-los em uma mentoria premium e conectar a oferta a aquisição e conversão simples, sustentadas por conteúdo e marca pessoal.

O mecanismo precisa existir dentro do método. Um nome diferente, sozinho, não explica como a transformação acontece. A IA pode organizar a lógica; não deve inventar tecnologia, procedimento, credencial ou exclusividade.

Big idea: a perspectiva central

A big idea apresenta a tese que ajuda o comprador a enxergar valor no caminho. Sua lógica é: **situação atual → mudança de perspectiva → caminho oferecido**.

Uma direção para nosso projeto: “O conhecimento que você já vende pode sustentar uma oferta de maior valor quando é organizado como um caminho de implementação acompanhado”.

Como os elementos se conectam

Promessa: o que oferecemos, com especificidade.

Mecanismo: como o caminho funciona e qual diferença relevante oferece.

Big idea: a perspectiva que torna esse caminho interessante para o público.

Os três precisam conversar entre si, sem repetir a mesma frase. A big idea pode partir de uma interpretação estratégica, mas não deve transformar uma hipótese em uma afirmação absoluta sobre todo o mercado.

Diferenciação: trabalhe uma lógica específica e justificável da proposta. Afirmar que ninguém mais usa esse caminho é uma alegação distinta, que não deve ser criada pela IA sem comprovação.

Defina a base da oferta

Após fornecer os documentos e o input, copie este prompt.

Leia a Matriz do ICP, a Ficha do MQL Prioritário, o Mapa do Método e meu input prático. Ajude-me a empacotar o método comercialmente. O entregável desta etapa será uma Ficha da Oferta para criativos, formulário e call; não uma carta ou página de vendas.

Preserve o público, a transformação e os limites aprovados. Diferencie Informado por mim, Sugestão a aprovar e Hipótese a validar. Não invente dados, evidências, resultados, competências ou exclusividade. Se faltar informação essencial, faça perguntas em blocos de até três e aguarde minhas respostas.

Organize nesta ordem:

1. Público e problema de entrada: síntese do ICP e do MQL escolhido.
2. Promessa central com especificidade: use “Ajudar [perfil] a [transformação concreta], por meio de [caminho principal], com [especificidade]”. Adapte a ordem para soar natural. Especifique resultado, quantidade, prazo ou marco observável, conforme a base disponível. Não invente metas ou prazos. Se eu propus um prazo, registre o início da contagem, o marco de conclusão, os pré-requisitos e o fundamento informado. Diferencie duração do acompanhamento e prazo para resultado. Se faltar sustentação, mostre a pendência e uma formulação específica sustentada pelo método, sem substituí-la silenciosamente pela minha proposta original.
3. Mecanismo único: explique a dificuldade enfrentada, o que o método faz e qual diferença relevante oferece. Extraia essa lógica do caminho existente. Não trate nome diferente como prova de mecanismo e não alegue ser o único do mercado sem base.
4. Big idea: apresente a tese central conectando situação atual, mudança de perspectiva e caminho oferecido. Evite generalizações absolutas sem evidência.

Apresente uma direção principal para cada elemento. Mostre como os quatro se conectam e onde aparecem no método. Não crie vários posicionamentos paralelos.

Confira se a promessa respeita o ponto B, se sua especificidade é compreensível, se o mecanismo está no método e se a big idea ajuda a perceber valor sem repetir a promessa. Registre pendências e fundamentos necessários. Ainda não crie nomes nem defina condições comerciais por conta própria. Conclua pedindo minha aprovação ou ajustes antes de continuar.

Resultado esperado: público, promessa específica, mecanismo e big idea organizados em uma direção coerente.

Revise e aprove a essência

Confira se os elementos representam o que você consegue entregar e se o comprador consegue entender a transformação.

Público

Mantém o ICP e o MQL definidos? O problema de entrada está claro?

Promessa

Está alinhada ao ponto B? O resultado é palpável?

Especificidade

O marco é observável? Números e prazos têm fundamento? O início da contagem e as condições estão explícitos?

Mecanismo

A lógica está presente no método e explica uma diferença relevante?

Big idea

Ajuda a entender o valor do caminho, sem alegações não sustentadas?

Responda à IA

Aprovo a essência comercial com estes ajustes: [AJUSTES OU “SEM AJUSTES”].

Para a especificidade da promessa, confirmo: [MARCO, QUANTIDADE OU PRAZO + INÍCIO DA CONTAGEM, SE HOUVER + CONDIÇÕES + FUNDAMENTO].

O que ainda preciso confirmar é: [PENDÊNCIAS OU “NENHUMA”]. Revise os elementos afetados e mantenha como proposta o que ainda não foi aprovado.

Prepare o nome e o pacote

O nome vem depois da essência. Avalie até três opções fáceis de falar, entender e lembrar, coerentes com o público e a transformação. Escolha uma. O nome do método pode também identificar o mecanismo; não é necessário criar várias nomenclaturas.

O próximo prompt também organizará formato, duração, encontros, suporte, recursos, responsabilidades, investimento e provas. Onde faltar uma decisão, a IA deve perguntar ou sugerir alternativas para sua escolha.

Bônus e garantia são opcionais. Se existirem, precisam de função e condições claras. O nome escolhido é uma decisão comercial inicial; uma eventual disponibilidade para registro é uma verificação separada.

Complete a oferta

Use a essência comercial revisada e as informações práticas do input.

Use a essência comercial que revisei para nomear o método e completar as condições da oferta. Preserve promessa, especificidade, mecanismo, big idea e limites. Não transforme uma pendência da etapa anterior em decisão aprovada.

Primeiro, apresente no máximo três opções de nome do método. Para cada uma, explique em poucas linhas sua relação com a transformação ou com o mecanismo. Priorize clareza, facilidade de falar e lembrar e adequação ao público. Não invente siglas complexas nem vários nomes proprietários para a mesma oferta. Recomende uma opção, mas aguarde minha escolha. Não afirme disponibilidade de marca ou exclusividade sem verificação.

Depois, organize o pacote prático em uma tabela com Elemento, Decisão informada, Sugestão ou pendência e O que preciso confirmar:

1. Formato: individual, grupo ou combinação.
2. Duração do acompanhamento.
3. Contato e suporte: encontros, frequência, canais e limites.
4. Materiais e recursos para executar o método.
5. Responsabilidades do especialista e do cliente.
6. Investimento e condições de pagamento.
7. Provas disponíveis e sua relação com a transformação oferecida.

Use somente os recursos e capacidades informados. Não acrescente atendimento ilimitado, materiais ainda inexistentes, vagas, preços de referência ou condições que não aprovei. Se sugerir uma configuração, apresente-a como sugestão, explique sua relação com o método e destaque o compromisso de entrega envolvido. Faça perguntas curtas, em blocos de até três, para fechar as decisões essenciais. Não presumo minha resposta.

Nas provas, separe experiência relevante, resultados próprios, resultados de clientes e demonstrações do processo. Distinga evidência da nova mentoria de experiência anterior e explique a pertinência desta. Não invente casos, números ou depoimentos. Se não houver casos da nova entrega, registre isso.

Bônus e garantia só entram se eu decidir oferecê-los; registre função e condições. Não crie urgência, desconto ou garantia para preencher campos.

Confira a coerência entre o pacote, a promessa específica e o método. Mostre pendências essenciais. Conclua pedindo minha escolha do nome e confirmação explícita das condições antes da ficha final.

Resultado esperado: até três nomes + configuração prática para sua decisão. A IA sugere; você aprova os compromissos comerciais.

Confirme o que vai vender

Escolha um nome e confira se o pacote é algo que você consegue oferecer e sustentar. Resolva as perguntas essenciais antes da consolidação.

Confira a entrega

- O formato permite executar o método?
- A duração é compatível com o caminho proposto?
- Encontros, suporte e limites estão claros?
- Os materiais existem ou há um compromisso viável de produção?
- Está claro o que você faz e o que o cliente executa?

Confira as condições e as provas

- Preço e pagamento foram decididos por você?
- A especificidade da promessa mantém os fundamentos e as condições aprovados?
- As provas são reais e pertinentes à transformação?
- Se houver bônus ou garantia, suas condições estão definidas?

Responda à IA

Escolho o nome: [NOME].

Confirmo estas condições:

- Formato: [...]
- Duração: [...]
- Encontros e suporte, com limites: [...]
- Materiais e recursos: [...]
- Responsabilidades: [...]
- Investimento e pagamento: [...]
- Provas que posso utilizar, com origem: [...]
- Bônus ou garantia, somente se houver: [...]

A promessa específica aprovada é: [...]

Suas condições e fundamentos são: [...]

Ajustes adicionais: [AJUSTES OU "NENHUM"].

Pendências: [PENDÊNCIAS OU "NENHUMA"].

Atualize a proposta com essas decisões. Não considere aprovado nenhum compromisso além do que confirmei.

Se restar uma pendência essencial, a IA pode registrar uma ficha provisória, mas a oferta ainda não estará concluída. Confirme o que falta para avançar com clareza.

Gere a Ficha da Oferta

Depois de escolher o nome e confirmar as condições, copie este prompt.

Consolide as decisões aprovadas em um único documento chamado “Ficha da Oferta v1”. Preserve minhas correções mais recentes. Não escreva uma página ou carta de vendas nem roteiros de anúncios ou de call.

Comece com identificação, versão e data [DATA INFORMADA POR MIM OU “A PREENCHER”]. Organize nesta ordem:

1. Público e problema de entrada: ICP e MQL prioritário, de forma curta.
 2. Promessa central com especificidade: frase aprovada e marco de conclusão. Se houver quantidade ou prazo, registre valor, início da contagem, pré-requisitos, condições e fundamento. Mantenha distinta a duração do programa.
 3. Mecanismo único: dificuldade enfrentada, funcionamento do caminho e diferença relevante, com relação ao método.
 4. Big idea: tese principal e uma explicação curta de sua relação com a proposta.
 5. Nome do método: opção escolhida e razão de sua adequação.
 6. Entrega e limites: formato, duração, encontros, suporte, recursos e responsabilidades.
 7. Investimento e condições: preço e pagamento aprovados. Bônus ou garantia apenas quando definidos por mim, com suas condições.
 8. Provas disponíveis: o que sustenta a confiança, origem e relação com a transformação.
- Separe casos da nova mentoria de experiências anteriores.

Depois, inclua um bloco de pendências e hipóteses ainda não confirmadas. Diferencie o que afeta a conclusão da oferta e o que será acompanhado na aplicação. Não transforme sugestões em condições aprovadas nem invente evidências. Se faltar decisão essencial, identifique a ficha como provisória.

Termine com uma explicação breve da oferta, em linguagem natural, para testar se consigo apresentá-la em uma conversa. Use somente os elementos aprovados. Não crie uma sequência de persuasão, urgência ou fechamento.

Confira a coerência entre público, promessa específica, mecanismo, big idea, nome, entrega, investimento e provas. Se houver contradição, sinalize antes de considerar a oferta concluída.

Entregue o documento completo em Markdown, pronto para salvar como `Ficha_da_Oferta_v1.md`. Se puder gerar arquivo para download, gere-o. Caso contrário, apresente tudo em um único bloco de código Markdown. Não afirme ter criado um arquivo se só apresentou texto. Faça uma ficha consultável, com decisões objetivas, sem repetir os documentos das etapas anteriores.

Resultado esperado: um documento curto para orientar criativos, formulário e call, com os elementos comerciais e as condições que você aprovou.

Confira, salve e avance

Checklist de conclusão

- Público e problema de entrada mantêm o ICP e o MQL escolhidos.
- A promessa está alinhada ao ponto B e possui especificidade concreta.
- Quantidade ou prazo, se usados, têm fundamento, início e condições explícitos.
- O mecanismo existe no método e explica uma diferença relevante.
- A big idea ajuda a perceber valor sem alegações não sustentadas.
- O nome é claro e coerente com o caminho.
- Entrega, limites, responsabilidades e condições comerciais estão definidos.
- As provas utilizadas são reais e pertinentes.
- Não há decisões essenciais escondidas em frases vagas.

Critério para concluir: “Consigo explicar o que vendo, para quem, qual transformação ofereço, como meu caminho funciona e o que a pessoa recebe ao contratar”.

Salve a ficha

Baixe o .md, se a IA o gerar. Caso contrário, copie o bloco completo para um editor de texto e salve como **Ficha_da_Oferta_v1.md**. Guarde junto do ICP, do MQL e do Mapa do Método. Anexe esses documentos como contexto nas próximas etapas.

Para corrigir: “Revise a ficha com estes ajustes: [...]. Atualize os elementos afetados e confira se promessa, especificidade, mecanismo e entrega continuam coerentes. Gere novamente o documento completo”.

Use nas próximas etapas

A ficha será a referência para comunicar a proposta nos criativos, identificar aderência no formulário e apresentar a oferta na call. Registre os aprendizados da execução e revise os elementos quando houver fundamento.

Próxima etapa: criativos. Você já tem uma proposta comercial clara para orientar a comunicação.