

Formulário de aplicação

Identifique, qualifique e prepare a conversa.

Você vai gerar os textos e as perguntas com a IA, revisar o conteúdo e montar o formulário na ferramenta que utiliza. No nosso programa, usamos o Tally. O prompt deste guia produz o conteúdo para copiar; a montagem acontece na ferramenta.

A sequência completa

Abertura • Antes das perguntas

Gere identificação e apresente a aplicação com postura firme.

1. Informações essenciais

Nome, WhatsApp, e-mail e Instagram.

2. Filtros de MQL

Uma ou duas perguntas para verificar aderência ao recorte.

3. Objetivo

Uma pergunta aberta sobre o resultado procurado.

4. Desafio

Uma pergunta aberta sobre o obstáculo atual.

5. Página de ameaça com inversão de polaridade

Após o envio, reforce que a entrada depende de avaliação.

Execução: prepare o input → execute um prompt → revise → monte na ferramenta → teste.

Entregável: conteúdo revisado e formulário funcionando.

Próxima etapa: call de vendas, no Pilar 3 - Conversão.

A abertura aparece antes da identificação; a página final aparece após o envio. Os blocos de perguntas mantêm a ordem acima. Não é necessário transformar cada bloco em uma tela separada.

Prepare a primeira página

A abertura segue a estrutura do print da mentoria anterior fornecido como referência. Adapte o texto ao ICP, ao MQL e à oferta atuais, preservando a ordem e a postura.

1. Marca ou logo

Use a identidade que já possui, quando disponível. A IA não precisa criar uma nova marca para esta etapa.

2. Título: nome + transformação

Apresente o nome aprovado do programa ou método e uma transformação compreensível.

3. Identificação em dois trechos curtos

Primeiro reconheça o contexto ou a experiência do lead; depois descreva o que ainda não conseguiu transformar ou resolver.

4. Convite para aplicar

Explique que responderá um formulário curto para tentar acesso ao próximo passo definido no seu processo.

5. Três avisos de seleção

Informe que as respostas serão analisadas; que preencher não garante acesso; e que o perfil aderente poderá ser convidado para uma conversa.

6. Frase firme de disposição para agir

Encerre com uma condição de comprometimento ligada ao método: aplicar só se estiver disposto a executar a mudança proposta.

7. Botão “Continuar”

Leve às perguntas de identificação. Esse botão inicia a aplicação; não envia as respostas.

Preserve a função de cada trecho

O título e a identificação conectam a abertura ao anúncio. Os avisos comunicam a avaliação. A frase final estabelece disposição para agir sem hostilidade.

Na referência, o convite menciona uma sessão de diagnóstico gratuita e um time. Esses elementos só entram na sua versão se fizerem parte do processo definido. O nome da sessão, a gratuidade e quem fará a conversa precisam ser informados por você.

Identificação e filtros

1. Informações essenciais

Qual é o seu nome? — resposta curta; obrigatório.

Qual é o seu WhatsApp com DDD? — campo de contato; obrigatório.

Qual é o seu e-mail? — campo de e-mail; obrigatório.

Qual é o seu perfil no Instagram? — resposta curta; opcional quando presença na rede não for requisito do público.

O WhatsApp permite o contato; o e-mail oferece um canal alternativo; o Instagram ajuda a conhecer a atuação do lead. Não acrescente novos campos de identificação por padrão.

2. Um ou dois filtros de MQL

Use os sinais e pré-requisitos da Ficha do MQL Prioritário. Prefira respostas fechadas, fáceis de comparar. Use apenas um filtro quando ele for suficiente; nunca mais de dois.

Cada filtro verifica uma condição concreta: experiência, estágio, condição de entrada ou outro critério aprovado. Pergunta de orçamento só entra se for um critério escolhido, dentro desse limite.

Exemplo para nosso projeto

Filtro 1: “Você já vende produtos digitais pela internet?”

- Sim, vendo atualmente.
- Já vendi, mas não estou vendendo atualmente.
- Ainda não vendi.

Filtro 2: “Aproximadamente, quanto você já faturou, no total, com a venda de produtos digitais?”

- Até R\$100 mil, inclusive.
- Mais de R\$100 mil.
- Não sei informar.

Neste exemplo, experiência de venda e faturamento acumulado acima de R\$100 mil indicam aderência aos critérios de maturidade. A situação de margem apertada será conferida no desafio e na avaliação. Não saber o valor exige esclarecimento, não uma classificação inventada.

Use o critério da sua própria ficha. Quando houver faixas, os intervalos devem ser claros e sem sobreposição. Indique se o valor é mensal ou acumulado.

Objetivo e desafio

3. Objetivo: aonde quer chegar

Faça uma única pergunta aberta sobre o resultado que o lead procura. Adapte a linguagem à transformação da oferta.

Base: “Qual resultado você quer alcançar com a ajuda desta mentoria?”

Exemplo do nosso projeto: “O que você quer conquistar ao transformar seu conhecimento em uma mentoria?”

A resposta ajuda a verificar se a expectativa corresponde ao que o programa oferece. Evite acumular vários pedidos dentro da mesma pergunta.

4. Desafio: o que dificulta o caminho

Faça uma única pergunta aberta sobre o principal obstáculo atual. Ela deve se conectar ao objetivo, sem repetir os filtros de maturidade.

Base: “Qual é o principal desafio que está impedindo você de alcançar esse resultado hoje?”

Exemplo do nosso projeto: “Qual é o principal desafio que você enfrenta hoje para estruturar e vender uma mentoria?”

Como ler as respostas depois

Objetivo: observe o resultado desejado e a compatibilidade com o ponto B.

Desafio: observe o problema relatado e sua relação com o MQL e com o método.

Essas respostas oferecem contexto para a call. Compare o que os leads realmente relatam com as hipóteses da Matriz do ICP e registre aprendizados recorrentes.

Respostas vagas pedem esclarecimento na avaliação. Não conclua urgência, orçamento ou intenção de compra que o lead não informou.

Inversão de polaridade

A página final reforça o posicionamento da aplicação: o lead se candidata e o programa avalia se existe aderência. Mantemos o nome “página de ameaça” usado no método, com mensagem firme e próximo passo claro.

O que precisa comunicar

1. A aplicação foi recebida e será avaliada.
2. Preencher o formulário não confirma a entrada.
3. O avanço depende do perfil, do momento e do objetivo.
4. O próximo contato segue o processo que você definiu.

Texto de referência

Sua aplicação será avaliada.

Preencher este formulário não garante sua entrada na mentoria. Vamos analisar se o seu momento, seu objetivo e seu perfil estão alinhados ao programa.

Se houver aderência, nossa equipe entrará em contato pelo WhatsApp informado para conversar sobre os próximos passos.

Fique atento às mensagens.

Adapte ao processo real

Use “eu” se a avaliação e o contato forem feitos por você. Use “nossa equipe” se existir uma equipe responsável. O canal informado precisa corresponder ao contato que será realizado.

A página final não leva “Obrigado” ou “Parabéns” como mensagem central. A postura vem da avaliação de aderência. Quantidade de vagas, encerramento de aplicações e prazo de retorno só aparecem se estiverem definidos.

A abertura e a página final devem apresentar o mesmo próximo passo. Se o acesso inicial for a uma conversa de avaliação, deixe clara a diferença entre receber esse convite e entrar na mentoria.

Forneça os documentos

Anexe ou cole a **Matriz do ICP**, a **Ficha do MQL Prioritário** e a **Ficha da Oferta**. Complete o bloco abaixo com o funcionamento da aplicação. Onde faltar uma decisão, escreva “A definir”.

DOCUMENTOS:

[Anexei ou colel ICP, MQL prioritário e Ficha da Oferta.]

NOME A USAR NA ABERTURA:

[Nome aprovado do programa ou método. Marca existente, se houver.]

PRÓXIMO PASSO DA APLICAÇÃO:

[Conversa de avaliação, sessão específica ou outro passo já definido. Se tiver nome e se for gratuito, informe explicitamente.]

AVALIAÇÃO:

[Quem lê as respostas e quais critérios de aderência utiliza.]

CONTATO:

[Quem entra em contato com o perfil aderente e por qual canal. Prazo apenas se definido.]

INSTAGRAM:

[É requisito relevante para este público ou pode ser opcional?]

FILTROS:

[Um ou dois critérios da ficha que desejo verificar. Ou: selecione os critérios mais úteis dentro do limite de dois.]

CONDIÇÃO DE COMPROMETIMENTO:

[Qual mudança ou execução o lead precisa estar disposto a realizar? Deve corresponder ao método.]

O que o prompt vai entregar

Conteúdo para o lead, em ordem: abertura → informações essenciais → filtros → objetivo → desafio → página final. Separadamente, orientações para você interpretar os filtros.

Não é necessário fornecer o print para executar o prompt: a estrutura da abertura já está descrita integralmente nele. Não peça à IA para montar ou configurar a ferramenta.

Gere os textos e perguntas

Depois de fornecer os documentos e o input, copie este prompt.

Leia a Matriz do ICP, a Ficha do MQL Prioritário, a Ficha da Oferta e meu input. Gere somente o conteúdo para eu copiar e montar numa ferramenta de formulário. Não crie nem configure o formulário, integrações, automações ou lógica de bloqueio. Se faltar informação essencial sobre público ou processo, faça até três perguntas antes de concluir.

Use exatamente esta ordem, sem acrescentar etapas ou perguntas:

ABERTURA, antes das perguntas: indique espaço para a marca/logo existente; título com nome aprovado e transformação; dois trechos curtos de identificação (contexto ou experiência, depois dificuldade ou mudança ainda não alcançada); convite para responder o formulário e tentar acesso ao próximo passo definido; três avisos de seleção (análise das respostas, preenchimento não garante acesso, perfil aderente pode ser convidado para conversa); frase final em destaque “Preencha a aplicação abaixo só se você estiver disposto a [mudança coerente com o método]”; botão “Continuar”. Preserve essa estrutura. Não invente marca, nome de sessão, diagnóstico gratuito ou equipe.

1. INFORMAÇÕES ESSENCIAIS: somente nome, WhatsApp com DDD, e-mail e Instagram. Indique tipo de campo e obrigatoriedade. Nome e contatos obrigatórios; Instagram opcional quando não for requisito do público.

2. FILTROS DE MQL: uma ou duas perguntas, nunca mais. Use critérios concretos da Ficha do MQL e prefira opções fechadas. Não invente faturamento mínimo ou orçamento. Se usar valores, especifique período e intervalos sem sobreposição. Se um filtro bastar, use um.

3. OBJETIVO: uma pergunta aberta sobre o resultado desejado, adaptada à transformação. Não coloque várias perguntas na mesma frase.

4. DESAFIO: uma pergunta aberta sobre o principal obstáculo atual, conectada ao objetivo e sem repetir os filtros.

5. PÁGINA DE AMEAÇA COM INVERSÃO DE POLARIDADE, exibida após o envio: informe que a aplicação será avaliada, que preencher não garante entrada e que o avanço depende de aderência. Explique contato e próximo passo conforme meu input. Use postura firme e clara, sem agradecimento ou parabéns como abertura. Não invente escassez, vagas, aprovação ou prazos. Distinga convite para conversa de entrada na mentoria.

Em todas as partes, preserve promessa, critérios e condições aprovados. Não trate hipóteses como falas reais. Não adicione carta de vendas ou explicação extensa da oferta.

Depois do conteúdo, inclua “Orientações internas - não copiar para o formulário”: critério verificado por cada filtro; respostas com aderência, sem aderência ou que exigem esclarecimento; o que observar em objetivo e desafio; pendências de processo. Isso é apoio à avaliação humana, não configuração de bloqueio automático.

Entregue tudo num único Markdown, pronto para salvar como `Conteudo_Formulario_Mentoria_v1.md`. Gere arquivo se puder; caso contrário, apresente o documento em um bloco de código Markdown. Não afirme ter criado arquivo se só apresentou texto.

Visualize a primeira página

Exemplo ilustrativo para o nosso projeto, com a mesma ordem da referência. Use seu nome aprovado e confirme quem fará a avaliação e o contato. A marca pode ser inserida acima do título.

Capital Digital: transforme seu conhecimento em uma mentoria premium

Você já vende conhecimento pela internet e construiu experiência no mercado digital.

Mas está com a margem apertada e ainda não organizou esse conhecimento em uma mentoria premium com um processo claro para vendê-la.

Responda este formulário curto para tentar uma vaga em uma conversa de avaliação com nosso time.

Atenção: vamos ler suas respostas e selecionar os perfis que podem se beneficiar do programa.

- Preencher este formulário não garante sua participação na conversa nem sua entrada na mentoria.
- Com base nas suas respostas, você poderá ser convidado para uma conversa comigo ou com alguém do time.

Preencha a aplicação abaixo só se você estiver disposto a estruturar sua mentoria e executar um novo processo de venda.

Botão: Continuar

O que foi preservado

Marca → título com transformação → identificação em dois trechos → convite → três avisos de seleção → condição firme de comprometimento → botão.

A sessão gratuita da referência não foi presumida neste exemplo. Se fizer parte da sua aplicação, inclua a informação confirmada. Depois desta abertura, entram os quatro blocos de perguntas; a página final só aparece após o envio.

Monte, teste e avance

Copie para a ferramenta

1. Revise os textos gerados e resolva pendências do processo.
2. Monte a abertura e as perguntas na ordem do guia.
3. Configure tipos de resposta e campos obrigatórios.
4. Coloque a mensagem de inversão de polaridade no encerramento após envio.
5. Guarde as orientações internas separadamente.
6. Faça uma aplicação de teste e confira o recebimento das respostas.

Use o Tally ou a ferramenta que já utiliza. Estas instruções descrevem o conteúdo e o fluxo; a montagem e a configuração são feitas por você na ferramenta.

Checklist de conclusão

- A abertura preserva a estrutura da referência e se conecta ao anúncio.
- O botão Continuar leva à identificação, antes do envio da aplicação.
- Há somente os quatro campos essenciais de identificação.
- Há um ou dois filtros coerentes com o MQL, com opções claras.
- Existe uma pergunta de objetivo e uma de desafio.
- A página final aparece após envio e reforça a avaliação de aderência.
- Convite, seleção e próximo contato correspondem ao processo definido.
- As orientações internas não aparecem para o lead.
- Testei abertura, campos, envio, encerramento e recebimento das respostas.

Critério para concluir: “Meu formulário identifica o lead, verifica aderência ao MQL, revela objetivo e desafio e deixa claro que a entrada depende de avaliação”.

Guarde: Conteudo_Formulario_Mentoria_v1.md e o link do formulário. Confira se o destino dos criativos aponta para esse link.

Próxima etapa: call de vendas, no Pilar 3 - Conversão.