

Do Caos ao Lucro — Workbook

Prático · 15 Semanas · Os 5 Domínios

Rodrigo Feldman

Sumário

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| Sobre este Workbook | 1 |
| Copyright | 2 |
| DO CAOS AO LUCRO — WORKBOOK PRÁTICO | 1 |
| COMO USAR ESTE WORKBOOK | 1 |
| ROADMAP DE 15 SEMANAS | 2 |
| SEMANA 1: DIAGNÓSTICO DE MARGEM | 2 |
| SEMANA 2: ESTOQUE COMO ATIVO | 6 |
| SEMANA 3-4: MÁQUINA DE VENDAS E AUTOMAÇÃO | 8 |
| SEMANA 5: CLIENTE QUE JÁ COMPROU | 12 |
| SEMANA 6: DASHBOARD E KPIs | 21 |
| SEMANA 7: PREVISÃO — DEMANDA E CALENDÁRIO | 25 |
| SEMANA 8: PREVISÃO — CAIXA E FORNECEDORES | 27 |
| SEMANA 9: IMPLEMENTAÇÃO DE AUTOMAÇÕES (ONDA 1) | 29 |
| VOCÊ LIGOU O TERCEIRO MOTOR — GESTÃO | 31 |
| SEMANA 10: CONTEÚDO QUE VENDE | 31 |
| SEMANA 11: CRIAÇÃO EM LOTE | 33 |
| SEMANA 12: ANÚNCIOS COM RETORNO | 36 |
| SEMANA 13: SEO E E-MAIL — O MARKETING QUE NÃO PARA | 39 |
| VOCÊ LIGOU O QUARTO MOTOR — MARKETING | 42 |
| SEMANA 14: ATENDIMENTO 24/7 SEM EQUIPE 24/7 | 42 |
| SEMANA 15: FIDELIDADE E REPUTAÇÃO | 45 |
| OS CINCO MOTORES ESTÃO LIGADOS | 49 |
| COMO USAR ESTE WORKBOOK | 49 |
| BÔNUS: PROMPTS DE IA PARA CADA EXERCÍCIO | 49 |
| ACOMPANHAMENTO DE PROGRESSO | 49 |
| RECURSOS ADICIONAIS | 50 |
| SUORTE | 50 |
| VOCÊ COMPLETOU O MÉTODO — E AGORA? | 50 |
| SOBRE O AUTOR | 51 |

Sobre este Workbook

Este é o Workbook de Execução do livro Do Caos ao Lucro — o companion completo que cobre os 5 domínios do método em 15 semanas: Margem → Vendas → Gestão → Marketing → Experiência.

Não é um livro para ler — é um caderno para fazer. Semana a semana você diagnostica onde está o dinheiro escondido (margem, estoque, precificação), ativa a máquina de vendas 24/7, monta o dashboard do dono, constrói um marketing que gera ROI e retém clientes com sistema — não com improviso.

Cada exercício tem template pronto, prompt de IA para acelerar a execução, e checklist para validar o resultado.

Os 5 domínios, 15 semanas:

- Semanas 1-2 — Margem (diagnóstico, estoque, precificação)
- Semanas 3-5 — Vendas (automação, funis, reativação)
- Semanas 6-9 — Gestão (dashboard, previsão, automação operacional)
- Semanas 10-13 — Marketing (conteúdo, anúncios, SEO, e-mail)
- Semanas 14-15 — Experiência (atendimento, fidelidade, reputação)

Como usar:

- Trabalhe uma semana por vez, em sequência
- Reserve 3-5 horas semanais (leitura + execução)
- Use a IA conforme indicado nos prompts
- Documente seus resultados — eles são o plano de ação

Companion do livro: Você pode usar este workbook sozinho, mas a leitura do livro Do Caos ao Lucro (disponível na Amazon) fornece o contexto e a teoria por trás de cada exercício.

Pronto? Vire a página e comece pela Semana 1.

Copyright

Do Caos ao Lucro — Workbook de Execução

Copyright © 2026 Rodrigo Feldman

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida, armazenada em sistema de recuperação ou transmitida por qualquer meio sem permissão prévia por escrito do autor, exceto trechos curtos em resenhas.

Versão: 1.1 (Maio 2026)

Companion do livro: *Do Caos ao Lucro* — Amazon: B0G91DGK2V

DO CAOS AO LUCRO — WORKBOOK PRÁTICO

Material Complementar Oficial

Companion workbook para o livro “Do Caos ao Lucro” Autor: Rodrigo Feldman Versão: 1.0 Data: Abril 2026

COMO USAR ESTE WORKBOOK

Este workbook é sequencial e semana a semana. Não é um material para ler — é para fazer.

Estrutura

- 18 capítulos do método (caps 4-18) = 15 semanas de implementação
- 53 exercícios práticos com templates, checklists e espaços para preencher
- 5 domínios de transformação: Margem → Vendas → Gestão → Marketing → Experiência

Antes de Começar

1. Leia o capítulo correspondente do livro
2. Junte os dados do seu negócio (planilhas, histórico, números atuais)
3. Reserve 2-3 horas por semana para os exercícios
4. Use a IA (Gemini, ChatGPT) conforme indicado nos prompts
5. Documente seus resultados — eles são o seu plano de ação

Pré-requisitos

- Alguns exercícios dependem de outros estar completos (indicado com “Pré-requisito:”)
 - Não pule semanas — a sequência importa
 - Se ficar travado em um exercício, use o prompt do livro correspondente como ponto de partida
-

ROADMAP DE 15 SEMANAS

| Semana | Domínio | Capítulo | Foco | Exercícios |
|------------|-------------|-----------|--------------------------------|-------------|
| Semana 1 | Margem | Cap 4-5 | Diagnóstico de margem | 1.1 — 1.4 |
| Semana 2 | Margem | Cap 6 | Estoque como ativo | 2.1 — 2.3 |
| Semana 3-4 | Vendas | Cap 7-8 | Máquina de vendas e automação | 3.1 — 3.5 |
| Semana 5 | Vendas | Cap 8-9 | Cliente que já comprou e funis | 5.1 — 5.10 |
| Semana 6 | Gestão | Cap 10 | Dashboard e KPIs | 6.1 — 6.5 |
| Semana 7 | Gestão | Cap 11 | Previsão: demanda e calendário | 7.1 — 7.2 |
| Semana 8 | Gestão | Cap 11-12 | Previsão: caixa e fornecedores | 8.1 — 8.3 |
| Semana 9 | Gestão | Cap 12 | Automação (Onda 1) | 9.1 — 9.2 |
| Semana 10 | Marketing | Cap 13 | Conteúdo que vende | 10.1 — 10.3 |
| Semana 11 | Marketing | Cap 13-14 | Criação em lote + ROAS | 11.1 — 11.3 |
| Semana 12 | Marketing | Cap 14-15 | Anúncios com retorno | 12.1 — 12.4 |
| Semana 13 | Marketing | Cap 15 | SEO e e-mail | 13.1 — 13.3 |
| Semana 14 | Experiência | Cap 16 | Atendimento 24/7 | 14.1 — 14.3 |
| Semana 15 | Experiência | Cap 17-18 | Fidelidade e reputação | 15.1 — 15.3 |

SEMANA 1: DIAGNÓSTICO DE MARGEM

Capítulos: 4 (A Margem Invisível) + 5 (Precificação Inteligente)

Objetivo: Identificar onde está o dinheiro escondido no seu negócio

Exercício 1.1: Levantamento de Produtos

Descrição: Junte os dados dos seus 20-30 produtos mais vendidos

Dados Necessários: - Nome do produto - Custo unitário (incluindo frete, impostos recuperáveis) - Preço de venda atual - Volume vendido (últimos 30 dias) - Categoria/Grupo

TEMPLATE

Template:

| Produto | Custo | Preço | Volume | Categoria | Observações |
|---------|-------|-------|--------|-----------|-------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Como Fazer: 1. Abra sua planilha de custo ou invoice do fornecedor 2. Calcule custo real = Preço compra + Frete + Impostos - Incentivos 3. Se não tiver volume exato, estime baseado nos últimos 30 dias 4. Se tiver >100 produtos, selecione os top 30 por faturamento

Prazos: Hoje (máximo 2 horas)

Exercício 1.2: Diagnóstico de Margem Real com IA

Descrição: Use a IA para calcular sua margem real por produto

Dados que Você Já Tem: Planilha do Exercício 1.1

PROMPT DE IA

Você é um analista de margem para varejo. Vou colar meus dados de produtos. Para cada produto, calcule: 1. Margem bruta = $(\text{Preço} - \text{Custo}) / \text{Preço} \times 100\%$ 2. Margem líquida = Margem bruta - 5% (overhead estimado) 3. Contribuição total = Margem líquida \times Volume vendido
Depois, para o resultado: 1. Identifique produtos com margem < 20% (vazadores) 2. Identifique produtos com margem > 40% (ouro) 3. Mostre os 5 maiores vazadores por impacto total (contribuição negativa)
Aqui estão meus dados:
[COLE SUA PLANILHA]

Como Fazer: 1. Copie a planilha do Exercício 1.1 2. Abra ChatGPT, Gemini ou Claude 3. Cole o prompt acima 4. Cole sua planilha na sequência 5. Copie os resultados para um novo arquivo

TEMPLATE

Template de Resultado:

| Produto | Margem % | Tipo | Ação |
|---------|----------|---------------------|-------------------------|
| | | Ouro/Padrão/Vazador | Aumentar/Manter/Revisar |

Prazos: Amanhã (2-3 horas)

Exercício 1.3: Análise ABC de Produtos

Descrição: Classifique seus produtos em 3 grupos de prioridade

Como Funciona: - Produtos A (Ouro): Top 20% da receita — margem > 30% — PROTEGER -

Produtos B (Padrão): Próximos 30% da receita — margem 15-30% — OTIMIZAR - Produtos C

(Baixo): Últimos 50% da receita — margem < 15% — REVISAR

Como Fazer:

1. Pegue o resultado do Exercício 1.2
2. Ordene por “Contribuição total” (margem × volume) do maior para o menor
3. Marque cumulativamente:
 - Até 80% do faturamento = Produtos A
 - Próximos 15% = Produtos B
 - Últimos 5% = Produtos C
4. Preencha a tabela:

| Classificação | Produtos | Total Receita | Ação Prioritária |
|---------------|----------|---------------|---------------------------------------------------|
| A (Ouro) | | | Proteger margem, investir em estoque |
| B (Padrão) | | | Otimizar precificação, aumentar volume |
| C (Baixo) | | | Revisar viabilidade, descontinuar ou reprecificar |

Prazos: Até quarta (1 hora)

Exercício 1.4: Plano de Correção — 3 Maior Vazamentos

Descrição: Escolha os 3 produtos/categorias com maior vazamento de margem e defina ação

Como Fazer:

Para cada um dos 3 maiores vazadores:

VAZAMENTO 1

Produto: _____

Margem Atual: ____%

Margem Meta: ____% (realista para 90 dias)

Opções de Ação:

Aumentar preço (quanto? ____%)

Reduzir custo (fornecedor alternativo?)

Descontinuar (economizar SKU)

Revisar positioning (é realmente UM LIDER ou está errado?)

Ação Selecionada: _____

Prazo: _____

Responsável: _____

KPI de Sucesso: Margem subir para ____%

Repita para Vazamento 2 e 3.

Prazos: Até sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 1 Completa

- Exercício 1.1: Planilha de 20-30 produtos com custos
- Exercício 1.2: Análise de margem com IA completa
- Exercício 1.3: Classificação ABC feita
- Exercício 1.4: Plano de 3 vazamentos documentado
- Revisão: Enviou para alguém da equipe validar os números?

Métrica de Sucesso: Você identificou onde está perdendo dinheiro e tem um plano para corrigir.

SEMANA 2: ESTOQUE COMO ATIVO

Capítulo: 6 (Estoque como Ativo Financeiro)

Objetivo: Transformar estoque de custo em ativo que gera caixa

Exercício 2.1: Auditoria de Estoque — Classificação Campeão/Sazonal/Encalhado

Descrição: Classifique seus produtos em estoque por saúde

Classificações:

- Campeão: Gira rápido (>1x/mês), margem >25%, sempre estoca
- Sazonal: Gira dependendo da época, margem ok, estoca com planejamento
- Encalhado: Gira lento (<1x/trimestre) ou parado, margem baixa, é passivo

Como Fazer:

Para cada produto da Análise ABC (Exercício 1.3):

| Produto | Giro | Dias estoque | Classificação | Ação |
|---------|------|--------------|-------------------------------|-----------------------------|
| | | | Campeão / Sazonal / Encalhado | Manter / Revisar / Liquidar |

Prazos: Segunda e terça (2-3 horas)

Exercício 2.2: Cálculo de Giro — Top 20 Produtos

Descrição: Calcule quantas vezes cada produto vira no ano

Fórmula:

Giro Anual = Unidades Vendidas por Ano / Quantidade em Estoque Médio

Como Fazer:

1. Para seus 20 produtos A (mais rentáveis):
2. Calcule: Vendas últimos 12 meses / (Estoque inicial + Estoque final) ÷ 2
3. Compare com referência do seu segmento:
 - Varejo geral: 4-6x/ano
 - E-commerce: 8-12x/ano
 - Moda: 2-3x/ano

TEMPLATE

Template:

| Produto | Vendas/Ano | Est. Médio | Giro/Ano | vs. Referência | Ação |
|---------|------------|------------|----------|----------------|--------------------------------------|
| | | | | | Aumentar volume/- Reduzir estoque |

Prazos: Quarta (1-2 horas)

Exercício 2.3: Plano de Liquidação — Produtos Encalhados

Descrição: Para os encalhados, crie um plano de saída com prazo e precificação

Template:

PRODUTO ENCALHADO: _____

Quantidade em Estoque: _____

Dias Parado: _____

Custo Total: R\$_____

CENÁRIOS DE SAÍDA

Cenário A (30 dias):

Desconto: ___% (novo preço: R\$___)

Canal: Loja / E-commerce / Liquidador

Meta de saída: ___% do estoque

Cenário B (60 dias):

Desconto: ___% (novo preço: R\$___)

Ação: Oferta amarrada / Bundle / Ação especial

Meta de saída: ___% do estoque

Cenário C (90+ dias):

Desconto: ___% (aceitando até ___%)

Ação: Doação fiscal / Descarte / Leilão

Meta: Limpar balanço

DECISÃO: _____

Repita para cada produto encalhado identificado.

Prazos: Quinta e sexta (2-3 horas)

Checklist — Semana 2 Completa

- Exercício 2.1: Todos os produtos classificados (Campeão/Sazonal/Encalhado)
- Exercício 2.2: Giro calculado para top 20
- Exercício 2.3: Plano de liquidação para encalhados pronto
- Revisão: Números fazem sentido com sua percepção de estoque?

Métrica de Sucesso: Você sabe exatamente o que vira rápido e o que está morto no estoque.

SEMANA 3-4: MÁQUINA DE VENDAS E AUTOMAÇÃO

Capítulos: 7 (A Máquina de Vendas) + 8 (O Cliente Que Já Comprou)

Objetivo: Transformar vendas manuais em sistema automatizado

Exercício 3.1: Mapeamento de 5 Dúvidas Mais Frequentes

Descrição: Quais são as 5 perguntas que seu atendente recebe todo dia?

Como Fazer:

1. Junte seu time de vendas/atendimento
2. Cada um lista as 3-5 perguntas mais frequentes
3. Vote nas mais comuns
4. Documente exatamente como sua equipe responde hoje

TEMPLATE

Template:

| # | Pergunta Frequente | Resposta Atual | Tipo |
|---|--------------------|----------------|-------------------------------|
| 1 | | | Técnica / Objeção / Interesse |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

Prazos: Semana 3, segunda (1-2 horas)

Exercício 3.2: Chatbot Setup — Ferramenta e Configuração

Descrição: Escolha uma ferramenta de chatbot e crie a sequência de boas-vindas

Opções por Porte:

| Porte | Ferramenta | Custo | Recursos |
|---------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------------------|
| Micro (até R\$ 30k/mês) | ManyChat + WhatsApp Business | R\$ 0-99/mês | Sequências automáticas, respostas rápidas |
| Pequeno (R\$ 30-100k/mês) | Zapier + Typeform + WhatsApp | R\$ 100-300/mês | Integrações, workflows |
| Médio (R\$ 100k-500k/mês) | Shopify Flow ou n8n + IA | R\$ 200-500/mês | Workflows avançados, IA integrada |
| Grande (>R\$ 500k/mês) | Solução customizada (agência) | R\$ 1k-5k/mês | Tudo |

Checklist de Decisão:

- Qual ferramenta você vai usar? _____
- Qual canal? WhatsApp / Facebook Messenger / SMS / Email
- Quando vai disparar? Imediatamente / Após 5 min / Próximo dia útil
- O que vai dizer?

Prazos: Semana 3, quarta (1-2 horas de pesquisa + setup)

Exercício 3.3: Script de Boas-vindas + Template de Resposta Rápida

Descrição: Escreva a primeira mensagem automática que novo cliente recebe

Template:

SCRIPT DE BOAS-VINDAS

[Nome da Loja]

Bem-vindo! Somos especializados em [sua categoria].

3 coisas que você precisa saber:

1 [Seu diferencial 1]

2 [Seu diferencial 2]

3 [Seu diferencial 3]

Como podemos ajudar?

A – Tenho uma dúvida técnica

B – Quero conhecer seus produtos

C – Já sou cliente, preciso de suporte

D – Falar com humano

[Menu com opções A-D]

Como Fazer:

1. Escreva em tom da sua marca (formal/casual/divertido)
2. Teste com 10 novos clientes antes de ativar para todos
3. Meça taxa de resposta (quantos clicam em A, B, C ou D)
4. Otimize baseado em padrão

Prazos: Semana 3, quinta-sexta (2-3 horas)

Exercício 3.4-3.5: Campanhas Automáticas — Carrinho Abandonado + Reativação

Descrição: Configure as 2 automações de venda mais impactantes

Para E-commerce — Carrinho Abandonado:

Sequência de 3 mensagens:

MENSAGEM 1 (5 minutos após abandono)

Oi [Nome]!

Vimos que você deixou [PRODUTO] no carrinho.

Pode ser útil enviar os detalhes? Qualquer dúvida, estou aqui.

[Link do carrinho]

MENSAGEM 2 (2 horas depois)

[Nome], só um lembrete:

[PRODUTO] está em estoque e com [DESCONTO/BENEFÍCIO se houver].

Compre agora → [Link]

MENSAGEM 3 (24 horas depois)

Última chance!

Sua reserva vence em [TEMPO].

[DESCONTO ESPECIAL DE URGÊNCIA se aplicável]

[Link do carrinho]

Para Loja Física — Reativação:

Sequência de 2 toques para clientes inativos (não visitam há 60+ dias):

TOQUE 1 (Email/SMS)

Oi [Nome]!

Saudades A gente tem novidades:

Nova coleção de [CATEGORIA]

Promoção especial para clientes antigos

Visite-nos: [Endereço] ou [Link do site]

Código VOLTEI te dá [DESCONTO]

TOQUE 2 (5 dias depois)

[Nome], essa é a sua chance de aproveitar a promoção VOLTEI

Válida por mais [X] dias apenas.

[Link]

Como Implementar:

1. Escolha ferramenta (ManyChat, Zapier, n8n, ou nativa da plataforma)
2. Configure triggers:
 - Carrinho abandonado (se e-commerce)

- Últimas compra > 60 dias (se loja física)
- 3. Escreva mensagens personalizadas para seu negócio
- 4. Configure o timing das mensagens
- 5. Teste com você mesmo primeiro
- 6. Ative para 100% dos clientes e meça taxa de retorno

KPI a Medir:

| Métrica | Meta Realista |
|-------------------------------------|--------------------|
| Taxa de abertura (email/SMS) | 25-40% |
| Taxa de clique | 5-15% |
| Taxa de conversão (clique → compra) | 2-10% |
| Ticket médio da reativação | _____ (seu número) |
| ROI (receita / custo da automação) | 3x+ |

Prazos: Semana 4 (completa essa semana)

Checklist — Semanas 3-4 Completas

- Exercício 3.1: 5 dúvidas mapeadas
- Exercício 3.2: Ferramenta escolhida e conta criada
- Exercício 3.3: Script de boas-vindas pronto
- Exercício 3.4: Automação de carrinho ativada (e-commerce) ou reativação ativada (loja)
- Exercício 3.5: KPIs sendo medidos

Métrica de Sucesso: Primeira automação ativada e gerando vendas.

SEMANA 5: CLIENTE QUE JÁ COMPROU

Capítulo: 10 (O Cliente Que Já Comprou) + 11 (Funis que Fecham)

Objetivo: Recuperar vendas perdidas com quem você já conquistou

Exercício 5.1: Segmentação de Base — 4 Perfis de Cliente

Descrição: Divida sua base de clientes em 4 grupos para estratégia diferenciada

Segmentação:

ATIVO RECENTE

(Comrou nos últimos 30 dias)

Quantidade: _____

Ticket médio: R\$ _____

Taxa de retorno esperada: _____%

Ação: RETER — Oferecer complemento/upsell

Mensagem: "Ótimo, você comprou [PRODUTO]. Aqui está [COMPLEMENTO recomendado]"

ATIVO ANTIGO

(Comrou 31-180 dias atrás)

Quantidade: _____

Ticket médio: R\$ _____

Taxa de retorno esperada: _____%

Ação: REATIVAR — Oferta especial de urgência

Mensagem: "Faz tempo que não nos vê. A gente tem [NOVIDADE] só para você"

INATIVO RECENTE

(Comrou 181-365 dias atrás)

Quantidade: _____

Ticket médio: R\$ _____

Taxa de retorno esperada: _____%

Ação: PROVOCAR — Desconto agressivo + storytelling

Mensagem: "Lembra de [PRODUTO]? Triplicamos a qualidade e mantemos o preço"

INATIVO ANTIGO

(Comrou >365 dias atrás)

Quantidade: _____

Ticket médio: R\$ _____

Taxa de retorno esperada: _____%

Ação: LIMPAR ou RESSUSCITAR (se alto valor)

Mensagem: "[Nome], você foi cliente especial. Vamos recomeçar?" ou remover da base

Como Fazer:

1. Extraia sua base de clientes (CRM, Google Analytics, Shopify, etc.)
2. Para cada cliente, descubra: data da última compra
3. Distribua nos 4 grupos acima
4. Conte quantas pessoas em cada grupo

Prazos: Semana 5, segunda-terça (2-3 horas)

Exercício 5.2-5.10: Fluxos de Follow-up Pós-compra + Reativação

Nota: Esses exercícios formam um sistema integrado de retenção. Não são isolados.

Exercício 5.2: Fluxo de Follow-up Pós-compra (Ativo Recente)

DIA 1 – Confirmação de Entrega

Olá [Nome]!

Sua compra de [PRODUTO] foi entregue?

Se tiver dúvida sobre como usar, responda aqui.

Estou disponível 24/7.

DIA 5 – Solicitação de Avaliação

[Nome], como está sendo a experiência com [PRODUTO]? ★

Sua opinião nos ajuda a melhorar. Dá 30 segundos pra avaliar?

[Link de avaliação]

DIA 7 – Oferta de Complemento

Legal que tá curtindo [PRODUTO]!

Clientes que compraram [PRODUTO] também adoraram:

- [COMPLEMENTO A] – economiza 15% do tempo
- [COMPLEMENTO B] – aumenta a durabilidade em 3x

Vem: [Link]

DIA 14 – Primeira Chance de Recompra

[Nome], seu [PRODUTO] tá rendendo?

Se sim, tenho boas notícias:

- ▶ Nova versão melhorada saiu
- ▶ Promoção de cliente frequente: 20% OFF
- ▶ Programa de fidelização: ganha ponto a cada compra

Participa? [Link]

Prazos: Semana 5, quarta-sexta (2-3 horas de setup)

Exercício 5.3: Protocolo de Reativação (Ativo Antigo + Inativo Recente)

3-MENSAGEM SEQUENCE (5 DIAS ENTRE CADA)

MENSAGEM 1 – Nostalgia + Newsjack

Oi [Nome]!

Lembra quando você comprou [PRODUTO] em [DATA]?

Fizemos 3 coisas desde então:

- 1 Dobrou o catálogo
- 2 Reduzimos preços em 15% (no geral)
- 3 Agora temos [NOVIDADE] que você ia amar

Vale dar uma olhada? [Link]

MENSAGEM 2 – Oferta Especial (Urgência)

[Nome], essa oferta é só pra quem foi cliente:

[DESCONTO ESPECIAL]% de desconto

+ Frete grátis

+ [BRINDE/BÔNUS]

Válida por 3 dias apenas

[Link]

MENSAGEM 3 – Last Chance

[Nome], essa é a última vez que mando essa oferta.

Alguns dos clientes antigos já aproveitaram e voltaram

Quer voltar também?

[Link] – Oferta expira em 24h

Prazos: Semana 5, sexta (1-2 horas)

Exercício 5.4: Mapeamento de Cross-sell

Descrição: Para cada produto A (ouro), mapeie 5 complementos que combinam

Como Fazer:

PRODUTO A: _____

5 COMPLEMENTOS QUE COMBINAM:

1 [Produto complementar A]

Por quê? [Explicação breve]

Desconto combo? ___% de desconto se comprar junto

2 [Produto complementar B]

Por quê? [Explicação breve]

Desconto combo? ___% de desconto se comprar junto

... (até 5)

EXEMPLO:

PRODUTO PRINCIPAL: Notebook

1 Mochila para notebook (proteção)

2 Mouse sem fio (produtividade)

3 Teclado mecânico (conforto)

4 Webcam HD (videoconferência)

5 Suporte de notebook (ergonomia)

Desconto combo: Compre qualquer 2 produtos = 10% OFF em cada

Repita para cada um dos seus top 5 produtos.

Prazos: Semana 5 (1-2 horas por produto)

Exercício 5.5: Primeira Campanha de Reativação Ao Vivo

Descrição: Dispare sua primeira reativação para 30-50 clientes reais

Checklist:

- Segmentação feita (Exercício 5.1)
- Mensagens prontas (Exercício 5.2-5.3)
- Selecionei 30-50 clientes do grupo “Ativo Antigo” ou “Inativo Recente”
- Mensagem 1 programada para disparar [DATA/HORA]
- Tenho um CRM ou ferramenta para rastrear respostas
- Métricas a acompanhar:
 - Taxa de abertura: ____%
 - Taxa de clique: ____%
 - Taxa de compra: ____%
 - Ticket médio: R\$ _____
 - ROI: ___x

Prazos: Semana 5, sexta (2-3 horas para ativar)

Exercício 5.6-5.10: Funis Avançados (Qualificação, Follow-up, Carrinho, Indicação)

Esses 5 exercícios formam um sistema completo de vendas:

- 5.6: Mapeamento de funil (onde estão as quedas?)
- 5.7: Script de qualificação para WhatsApp
- 5.8: Sequência de 3 toques de follow-up
- 5.9: Sequência de carrinho abandonado (e-commerce)
- 5.10: Protocolo de indicações (transformar cliente em referência)

Exercício 5.6: Mapeamento do Seu Funil Atual

Seu Funil Típico

TOPO (Awareness): _____ visitantes/mês

↓ Taxa de conversão: _____%

MEIO (Interest): _____ pessoas interessadas

↓ Taxa de conversão: _____%

FUNDO (Decision): _____ pessoas na decisão

↓ Taxa de conversão: _____%

COMPRA: _____ clientes

ANÁLISE DE QUEBRAS:

Onde está a maior queda?

| |
|-----------------------------------|
| Topo → Meio: -___% (maior queda?) |
| Meio → Fundo: -___% |
| Fundo → Compra: -___% |

Razão provável:

- Tráfego de baixa qualidade (consertar topo)
- Mensagem confusa (consertar meio)
- Objetos não resolvidos (consertar fundo)
- Processo de compra complicado (consertar pagamento)

PLANO DE AÇÃO:

Vou focar em [MAIOR QUEDA] primeiro porque vale ___% de recuperação de receita.

Prazos: Semana 5, segunda (1 hora)

Exercício 5.7: Script de Qualificação para WhatsApp

QUALIFICAÇÃO EM 4 PERGUNTAS

Cliente entra em contato (genérico):

"Oi, tudo bem? Como funciona?"

RESPOSTA AUTOMÁTICA (Bot):

"Oi! Para te ajudar melhor, 3 perguntas rápidas:

- 1 Você está aqui pra [Opção A] ou [Opção B]?
- 2 Qual seu orçamento? (até R\$100 / R\$100-500 / R\$500+)
- 3 Precisa disso pra semana que vem ou pode esperar 30 dias?

Já sei como ajudar "

RESULTADO:

| |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Cliente de alto potencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Conecta com vendedor (humano) → Vendedor tem contexto já → Faster to close |
| <p>Cliente de baixo potencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Oferece autoserviço → FAQ ou produto em estoque → Sem desperdiçar tempo |

ADAPTE PARA SEU NEGÓCIO:

- 1 Pergunta de categoria: _____
- 2 Pergunta de orçamento: _____
- 3 Pergunta de urgência: _____

Prazos: Semana 5 (30 min)

Exercício 5.8: Sequência de 3 Toques de Follow-up

ALGUÉM INTERESSA MAS NÃO COMPRA

TOQUE 1 (Mesma hora)

[Nome], você viu o [PRODUTO]?

Tô aqui se tiver dúvida técnica.
Pode chamar no WhatsApp mesmo.

TOQUE 2 (2 horas depois)

[Nome]... às vezes a dúvida é só o preço mesmo.

Se for isso, tenho soluções:

- Parcelado em 3x sem juros
- Vale a pena fazer desconto de primeira compra?
- Quer entender melhor o valor? Chama videochamada?

TOQUE 3 (24 horas depois)

[Nome], essa é a última vez que mando isso.

Você viu o [PRODUTO]? Se sim, qual é a maior dúvida?

Quero ajudar, mas preciso saber o que tá segurando a decisão.

[Link direto pra compra] OU [Link pra videochamada com vendedor]

Prazos: Semana 5 (30 min)

Exercício 5.9: Sequência de Carrinho Abandonado (E-commerce)

JÁ FOI FEITO NO EXERCÍCIO 3.4, AQUI ESTÁ A VERSÃO COMPLETA:

TOQUE 1 – 5 minutos após abandono

[Nome]!

Vimos que você deixou no carrinho:

[LISTA DOS ITENS]

Total: R\$ _____

Alguma dúvida? Tô aqui pra responder.

[Link do carrinho]

TOQUE 2 – 2 horas depois

[Nome], só um lembrete

Seu carrinho vence em 24h.

Tá com dúvida de tamanho / cor / compatibilidade?

Posso ajudar por aqui mesmo

[Link do carrinho]

TOQUE 3 – 24 horas depois

[Nome], ÚLTIMA CHANCE!

Seu carrinho expira em 2 horas.

Quer levar? [Link direto]

Ou quer falar comigo antes? [Link WhatsApp]

Prazos: Semana 5 (30 min)

Exercício 5.10: Protocolo de Indicações

TRANSFORMAR CLIENTE SATISFEITO EM EMBAIXADOR

PASSO 1 – Identificar

Quem são seus 10 clientes mais satisfeitos?
(Pegue do histórico de avaliações 5★ ou Net Promoter Score)

Lista: _____

PASSO 2 – Pedir (Momento Certo)

APÓS uma compra bem-sucedida, quando cliente está feliz:

"[Nome], ficou bom né?

Você conhece alguém que também faria bem com [PRODUTO]?

A gente dá R\$50 de desconto pra você E pra quem você indicar.

Quer tentar? [Link de referência]"

PASSO 3 – Reconhecer

Quando cliente indicar alguém que compra:

"[Nome]!

Sua indicação [PESSOA] virou cliente!

Crédito de R\$50 acaba de cair na sua conta.
Pode usar na próxima compra ou transferir.

Pode indicar mais quando quiser "

PASSO 4 – Automatizar

Crie um programa:

- Cada indicação bem-sucedida = R\$ ____ de crédito
- Teto máximo por mês (pra não quebrar) = R\$ ____
- Trackear via link único para cada cliente

TEMPLATE DE LINK REFERÊNCIA:

[https://seu-site.com/ref=\[CLIENTE_ID\]](https://seu-site.com/ref=[CLIENTE_ID])

Ferramenta: Rewardful, ReferralCandy, ou própria integração

Prazos: Semana 5, sexta (2-3 horas)

Checklist — Semana 5 Completa

- Exercício 5.1: Base segmentada em 4 perfis
- Exercício 5.2: Fluxo pós-compra ativo
- Exercício 5.3: Sequência de reativação pronta
- Exercício 5.4: Cross-sell mapeado para top 5 produtos
- Exercício 5.5: Primeira campanha disparada
- Exercício 5.6: Funil mapeado e quebras identificadas
- Exercício 5.7: Script de qualificação ativo
- Exercício 5.8: 3 toques de follow-up programados
- Exercício 5.9: Carrinho abandonado automatizado (se e-commerce)
- Exercício 5.10: Programa de indicações ativo

Métrica de Sucesso: Sistema completo de retenção + reativação funcionando.

SEMANA 6: DASHBOARD E KPIs

Capítulo: 10 (O Dashboard do Dono)

Objetivo: Parar de gerir pelo feeling e começar a gerir pelo número — montar a visão integrada do negócio em um único lugar

Exercício 6.1: Levantamento dos Seus 12 KPIs

Descrição: Preencha o que você já sabe e identifique o que ainda não mede

Como Funciona: São 12 indicadores divididos por frequência de análise. Preencha cada um com o número atual. O que você não souber preencher é exatamente o que você ainda não mede — e provavelmente deveria.

TEMPLATE

Template:

| # | KPI | Frequência | Valor atual | Já meço? |
|----|-------------------------------------|------------|-------------|----------|
| 1 | Faturamento do dia vs. meta | Diário | | |
| 2 | Número de transações do dia | Diário | | |
| 3 | Ticket médio do dia | Diário | | |
| 4 | CAC (custo de aquisição de cliente) | Semanal | | |
| 5 | Taxa de conversão por canal | Semanal | | |
| 6 | Margem bruta por categoria | Semanal | | |
| 7 | Taxa de recompra | Semanal | | |
| 8 | Margem líquida | Mensal | | |
| 9 | Giro de estoque | Mensal | | |
| 10 | LTV (lifetime value) | Mensal | | |
| 11 | NPS (net promoter score) | Mensal | | |
| 12 | Índice de devolução/reclamação | Mensal | | |

Referências rápidas: - CAC saudável = até 30% do ticket médio da primeira compra - Margem líquida: moda 8-15% / eletrônicos 4-8% / cosméticos 12-20% / alimentos 10-18% - NPS: acima de 50 excelente, 30-50 bom, abaixo de 30 atenção

Prazos: Segunda-terça (1-2 horas)

Exercício 6.2: Planilha-base do Dashboard

Descrição: Crie o template de dashboard com fórmulas básicas para preencher 5 minutos por dia

Como Fazer: 1. Crie uma planilha (Google Sheets) com uma aba “Diário”, uma “Semanal” e uma “Mensal” 2. Na aba Diário, colunas: Data / Faturamento / Meta do dia / N° transações / Ticket médio 3. **Fórmula da meta diária:** $\text{Meta mensal} \div \text{dias \u00fateis do m\u00eas}$ 4. **F\u00f3rmula do ticket m\u00e9dio:** $\text{Faturamento} \div \text{N}^\circ \text{ transa\u00e7\u00f5es}$ 5. **Use as cores:** verde quando bate a meta, vermelho quando fica abaixo

Template de Dashboard (estrutura m\u00ednima):

ABA DI\u00c1RIO

Data | Faturamento | Meta dia | % meta | N\u00b0 transa\u00e7\u00f5es | Ticket m\u00e9dio

ABA SEMANAL

Semana | CAC | Conv. WhatsApp | Conv. site | Margem bruta | Recompra

ABA MENSAL

M\u00eas | Margem l\u00edquida | Giro estoque | LTV | NPS | Devolu\u00e7\u00e3o

Prazos: Quarta-quinta (2-3 horas)

Exerc\u00edcio 6.3: Primeiro Prompt de An\u00e1lise Semanal

Descri\u00e7\u00e3o: Use a IA para interpretar seus dados da semana — o que levaria 1 hora de an\u00e1lise manual, ela faz em 30 segundos

Dados que Voc\u00ea J\u00e1 Tem: Planilha do Exerc\u00edcio 6.2 com pelo menos uma semana preenchida

PROMPT DE IA

Voc\u00ea \u00e9 meu analista de neg\u00f3cios. Aqui est\u00e3o os dados da semana da minha loja:
 DADOS DA SEMANA: - Faturamento: R\$ [X] (meta: R\$ [Y]) - N\u00famero de transa\u00e7\u00f5es: [N]
 - Ticket m\u00e9dio: R\$ [X] - CAC (marketing gasto / clientes novos): R\$ [X] - Taxa de convers\u00e3o WhatsApp: [X]% - Taxa de convers\u00e3o site: [X]% - Margem bruta: [X]%
 - Taxa de recompra: [X]%
 SEMANA ANTERIOR (para compara\u00e7\u00e3o): [mesmos dados da semana passada]
 AN\u00c1LISE: 1. O que est\u00e1 indo bem (com motivo prov\u00e1vel) 2. O que est\u00e1 indo mal (com hip\u00f3tese de causa) 3. As 3 a\u00e7\u00f5es priorit\u00e1rias para a pr\u00f3xima semana 4. Qual KPI merece aten\u00e7\u00e3o especial e por qu\u00ea

Como Fazer: 1. Preencha o prompt com seus n\u00fameros reais 2. Cole no ChatGPT, Gemini ou Claude 3. Leia a an\u00e1lise criticamente — voc\u00ea conhece o neg\u00f3cio, a IA conhece os padr\u00f5es 4. Anote as 3 a\u00e7\u00f5es sugeridas em um lugar vis\u00edvel

Prazos: Sexta (1 hora)

Exercício 6.4: 3 Alertas Automáticos

Descrição: Configure notificações para quando um KPI sair da faixa saudável — o número te encontra, você não precisa procurar

PROMPT DE IA

Quero configurar alertas automáticos para o dashboard da minha loja.
 MEUS KPIs e LIMIARES ATUAIS: - Faturamento diário meta: R\$ [X] - Taxa de conversão WhatsApp atual: [X]% - Giro de estoque atual: [X]x por mês - CAC atual: R\$ [X]
 CRIE: 1. Lista de 8 alertas prioritários com: o que monitorar, o limiar de disparo, e o nível de urgência (informativo / atenção / crítico) 2. Para cada alerta crítico: uma mensagem de notificação clara com o problema e a ação imediata sugerida 3. Frequência ideal de verificação para cada tipo de alerta 4. Como configurar esses alertas usando Google Sheets + AppScript (passo a passo simplificado)

TEMPLATE

Template — Escolha seus 3 primeiros alertas:

| Alerta | Limiar de disparo | Canal | Urgência |
|--------|-------------------|-----------------|----------|
| | | WhatsApp/E-mail | |
| | | | |
| | | | |

Exemplos de alertas úteis: faturamento 40% abaixo da meta até 14h → WhatsApp; conversão abaixo de 8% na semana → e-mail; estoque de produto A no mínimo → WhatsApp.

Prazos: Próxima semana (1 hora de setup)

Exercício 6.5: Ritual dos 5 Minutos do Dono

Descrição: Defina horário, canal de acesso e checklist pessoal para olhar o dashboard todo dia

Template do Ritual:

RITUAL DOS 5 MINUTOS – _____ (defina o horário, ex: 8h30)

1. Abrir o dashboard no celular (30s)
2. Comparar faturamento de ontem com meta de ontem (30s)
3. Verificar se há algum alerta ativo (30s)
4. Ticket médio + nº transações de ontem vs. média dos 7 dias (1min)
5. Definir UMA ação prioritária do dia (2min)

Horário definido: _____

Onde abro o dashboard: _____

Quem mais olha comigo (se houver): _____

Métrica de Sucesso: Fazer o ritual por 30 dias seguidos. Quem cumpre tem uma visão do negócio que a maioria nunca terá.

Prazos: Definir hoje, começar amanhã (5 min/dia)

Checklist — Semana 6 Completa

- Exercício 6.1: 12 KPIs levantados, lacunas identificadas
- Exercício 6.2: Planilha-base do dashboard criada com fórmulas
- Exercício 6.3: Primeira análise semanal com IA feita
- Exercício 6.4: 3 alertas automáticos configurados
- Exercício 6.5: Ritual dos 5 minutos definido e iniciado

Métrica de Sucesso: Dashboard básico funcionando + primeira análise semanal com IA concluída.

Pré-requisito atendido: Dados de faturamento dos últimos 3 meses organizados.

SEMANA 7: PREVISÃO — DEMANDA E CALENDÁRIO

Capítulo: 11 (Previsão e Controle)

Objetivo: Reduzir a superfície de surpresa — antecipar o que pode ser antecipado em vez de gerir por memória

Exercício 7.1: Organizar Histórico de Vendas para IA

Descrição: Estruture seus dados de vendas em formato que a IA consegue analisar

Como Fazer: 1. Reúna os últimos 12 meses de vendas (mínimo: faturamento por mês; ideal: por categoria) 2. Organize numa planilha com colunas: Mês / Faturamento total / Faturamento por categoria principal / Eventos do mês 3. Quanto mais granular (semana, categoria), melhor a previsão 4. Se só tem extrato bancário, use os totais mensais — já é um começo

TEMPLATE

Template:

| Mês | Faturamento | Categoria A | Categoria B | Categoria C | Eventos/observações |
|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|
| | | | | | |

Prazos: Segunda-terça (1-2 horas)

Exercício 7.2: Calendário de Eventos de 90 Dias

Descrição: Mapeie os próximos 90 dias com a sazonalidade, promoções e eventos que movem seu faturamento

Os 5 sinais para monitorar todo mês: 1. Tendências de busca do seu setor (Google Trends — gratuito) 2. Calendário de eventos locais e nacionais 3. Comportamento de preço dos concorrentes 4. Inadimplência e prazo de recebimento 5. Custo de insumos e logística

Template:

CALENDÁRIO DE 90 DIAS

Mês 1 (_____)

- Datas comerciais relevantes: _____
- Eventos locais que afetam fluxo: _____
- Categorias que tendem a subir/cair: _____

Mês 2 (_____)

- [mesma estrutura]

Mês 3 (_____)

- [mesma estrutura]

SINAIS QUE VOU MONITORAR MENSALMENTE:

1. _____ (onde verifico: _____)
2. _____
3. _____

Prazos: Quarta-sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 7 Completa

- Exercício 7.1: Histórico de 12 meses estruturado para análise
- Exercício 7.2: Calendário de 90 dias + sinais a monitorar definidos

Métrica de Sucesso: Histórico de vendas pronto para a IA + calendário de previsão em mãos.

SEMANA 8: PREVISÃO — CAIXA E FORNECEDORES

Capítulo: 11 (Previsão e Controle) + 12 (Automação do Repetitivo)

Objetivo: Projetar caixa antes que o extrato surpreenda + mapear concentração de risco em fornecedores

Exercício 8.1: Fluxo de Caixa Projetado (90 dias)

Descrição: Rode uma projeção de caixa rolante de 90 dias com a IA usando seus dados históricos

PROMPT DE IA

```
Preciso criar uma projeção de fluxo de caixa para os próximos 90 dias.
Entradas previstas: - Vendas à vista: [estimativa mensal] - Recebíveis parcelados
(cartão): [valores e datas] - Outros recebíveis: [liste]
Saídas programadas: - Fornecedores: [valores e datas] - Aluguel: [valor e data]
- Folha de pagamento: [valor e data] - Impostos: [valores e datas aproximadas] -
Outros custos fixos: [liste]
Saídas variáveis: - Compras planejadas: [estimativa] - Marketing: [budget mensal]
Me entregue: 1. Projeção semana a semana de saldo de caixa 2. Semanas de risco
(saldo baixo ou negativo) 3. Janelas de oportunidade para investimento 4. 3
recomendações de ação para as próximas 4 semanas
```

Pergunta de refinamento (faça em seguida):

Baseado nessa projeção, quais decisões eu deveria tomar ESTA SEMANA para melhorar a posição de caixa em 45 dias?

TEMPLATE

Template de Resultado:

| Semana | Saldo projetado | Risco? | Ação |
|--------|-----------------|--------|------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| ... | | | |

Prazos: Segunda-terça (2 horas)

Exercício 8.2: Diagnóstico de Fornecedores

Descrição: Identifique concentração de risco — quase todo varejo tem 1-2 fornecedores que respondem por 60-70% do estoque sem alternativa mapeada

PROMPT DE IA

Analise o histórico dos meus fornecedores abaixo e me ajude a identificar riscos e oportunidades na minha cadeia de suprimentos.

Para cada fornecedor, tenho: - Nome e categoria de produtos - Prazo prometido de entrega vs. prazo real (últimos 6 meses) - Condições de pagamento (prazo, desconto à vista) - Percentual do meu faturamento que depende desse fornecedor - Qualidade das entregas (devoluções, trocas)

[cole os dados]

Me entregue: 1. Score de confiabilidade por fornecedor (1-10) 2. Concentração de risco (quais fornecedores, se falharem, me causam mais dano) 3. Recomendações de diversificação 4. Oportunidades de negociação baseadas nos dados

TEMPLATE

Template:

| Fornecedor | Categoria | % do faturamento | Prazo real vs. prometido | Score | Tem alternativa? |
|------------|-----------|------------------|--------------------------|-------|------------------|
|------------|-----------|------------------|--------------------------|-------|------------------|

Prazos: Quarta (1-2 horas)

Exercício 8.3: Mapeamento de Tarefas (uma semana completa)

Descrição: Registre tudo que você faz numa semana para enxergar onde seu tempo está preso (base para automação na Semana 9)

Como Fazer: Durante uma semana inteira, anote cada tarefa que fizer. Não filtre — coloque tudo, do primeiro WhatsApp ao café frio.

TEMPLATE

Template:

| Tarefa | Tempo gasto | Frequência | Custo de errar | Precisa de você? |
|--------|-------------|----------------|------------------|------------------|
| | | diária/semanal | alto/médio/baixo | sim/não |

As 4 categorias (classifique cada tarefa):

| Categoria | Definição | Destino |
|-------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Repetitiva + Previsível | Toda semana, mesmo padrão | Automatizar |
| Repetitiva + Julgamento | Frequente, precisa decisão | Delegar + protocolo |
| Estratégica | Longo prazo, criatividade | Bloco de tempo no calendário |
| Reativa | Resolve imprevisto | Sistema de prevenção |

Insight esperado: 60-70% do seu dia está nas duas primeiras categorias — exatamente as que podem ser eliminadas ou delegadas.

Prazos: A semana inteira (anotar) + sexta para classificar (1-2 horas)

Checklist — Semana 8 Completa

- Exercício 8.1: Fluxo de caixa de 90 dias projetado com IA
- Exercício 8.2: Fornecedores diagnosticados, riscos de concentração mapeados
- Exercício 8.3: Uma semana de tarefas mapeada e classificada nas 4 categorias

Métrica de Sucesso: Você sabe seu saldo de caixa projetado para 90 dias e onde estão suas automações possíveis.

SEMANA 9: IMPLEMENTAÇÃO DE AUTOMAÇÕES (ONDA 1)

Capítulo: 12 (Automação do Repetitivo)

Objetivo: Ligar a primeira onda de automações — vitórias rápidas que liberam tempo imediato

Exercício 9.1: Plano da Onda 1 (3 automações prioritárias)

Descrição: Escolha as 3 tarefas de maior volume e menor risco do seu mapeamento (Exercício 8.3) para automatizar primeiro

As 7 automações de maior impacto para varejo:

| # | Automação | Tempo liberado/dia |
|---|------------------------------------------|--------------------|
| 1 | Atendimento básico no WhatsApp | 45-90 min |
| 2 | Relatório diário automático | 20-40 min |
| 3 | Conteúdo de redes sociais em lote | 30-60 min |
| 4 | Follow-up de carrinho abandonado | 30-60 min |
| 5 | Controle de estoque com alerta de mínimo | 20-40 min |
| 6 | Resposta a avaliações online | 15-30 min |
| 7 | Relatório semanal de equipe | 45-90 min/semana |

Critério de priorização: Alto impacto = alto volume + alto tempo + baixo valor estratégico.

TEMPLATE

Template:

| Onda 1 – minhas 3 primeiras | Ferramenta escolhida | Custo | Prazo de setup |
|-----------------------------|----------------------|-------|----------------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |

Duas armadilhas a evitar: - Não automatize o que deveria ser eliminado (a tarefa precisa existir?) - Não automatize antes de dominar o processo manualmente

Prazos: Segunda-terça (1-2 horas)

Exercício 9.2: Scripts de WhatsApp Business com IA

Descrição: Crie as respostas automáticas para as perguntas que você recebe todo dia

PROMPT DE IA

Crie respostas automáticas para WhatsApp Business para uma [tipo de loja]. As perguntas mais frequentes dos meus clientes são: 1. [liste as perguntas reais – copie do seu histórico]

Para cada pergunta, crie uma resposta que seja: - Direta e útil (máximo 3 linhas) - No tom [descreva seu tom: formal/casual/amigável] - Que ofereça um próximo passo claro - E nunca deixe o cliente sem opção de falar com atendente humano

TEMPLATE

Template — Respostas Rápidas:

| Atalho | Pergunta frequente | Resposta automática |
|------------|--------------------|---------------------|
| /horario | | |
| /pagamento | | |
| /entrega | | |
| /troca | | |
| /humano | | |

Como Fazer: 1. Copie do seu histórico real as 10 perguntas mais frequentes 2. Gere as respostas com o prompt 3. Configure em WhatsApp Business → Ferramentas comerciais → Respostas rápidas 4. Teste cada uma com você mesmo antes de ativar

Prazos: Quarta-sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 9 Completa

- Exercício 9.1: Plano da Onda 1 com 3 automações + ferramentas definidas
- Exercício 9.2: Respostas rápidas de WhatsApp criadas e configuradas

Métrica de Sucesso: Primeira onda de automações operacionais ativa, liberando tempo já na primeira semana.

VOCÊ LIGOU O TERCEIRO MOTOR — GESTÃO

O motor de Gestão está ligado quando você para de descobrir o que aconteceu e começa a agir antes que aconteça. Você agora tem dashboard, previsão e a primeira onda de automações. A próxima parte resolve o quarto motor: Marketing.

SEMANA 10: CONTEÚDO QUE VENDE

Capítulo: 13 (Conteúdo Que Vende)

Objetivo: Parar de otimizar para likes e começar a criar conteúdo que traz cliente e fecha venda

Exercício 10.1: Dashboard de Automações

Descrição: Meça a performance de cada automação que você implantou na Semana 9 — automação não monitorada vira problema invisível

Indicadores por automação: - Taxa de resolução automática (quantas demandas o sistema resolve sozinho?) - Taxa de escalação (quantas vezes o humano precisou intervir?) - Tempo médio de resposta (a automação está mais rápida que o manual?)

TEMPLATE

Template:

| Automação | Resolução automática | Escalação | Tempo médio | Está valendo? |
|---------------------------|----------------------|-----------|-------------|---------------|
| WhatsApp básico | ___% | ___% | | |
| Relatório diário (outras) | | | | |

Prazos: Segunda (1 hora)

Exercício 10.2: Auditoria dos Últimos 30 Posts

Descrição: Classifique seus posts recentes nas 4 categorias que vendem e correlacione com as vendas do período

As 4 categorias que vendem (80% do resultado): 1. Produto + Prova — produto claro, preço visível, prova social (“saiu em 2h”, avaliação) 2. Problema + Solução — o problema do cliente, sua solução (converte cliente frio) 3. Oferta com Urgência Real — desconto/kit/condição com prazo verdadeiro 4. Bastidores + Humanização — vínculo emocional (máximo 20-30% do conteúdo)

TEMPLATE

Template:

| Post | Data | Categoria | Engajamento | Vendas rastreáveis |
|--------------|------|-----------|-------------|--------------------|
| 1 | | | | |
| ... (até 30) | | | | |

Análise final: Qual % dos seus posts gera qual % das vendas? Onde está seu “70% das vendas em 30% do conteúdo”?

Prazos: Terça-quarta (2 horas)

Exercício 10.3: Primeiro Calendário de Receita

Descrição: Crie um calendário que parte das metas de negócio — não de “o que postar”, mas “quais resultados quero e que conteúdo gera isso”

PROMPT DE IA

Você é um estrategista de conteúdo especializado em varejo. Preciso criar meu Calendário de Receita para o próximo mês.

Contexto do meu negócio: - Tipo de loja: [ex: boutique feminina, materiais esportivos] - Canal principal: [ex: Instagram + WhatsApp] - Meta de faturamento do mês: R\$ [valor] - Produtos com prioridade de venda (maior margem ou estoque parado): [liste 3-5 produtos/categorias] - Datas relevantes no mês: [feriados, datas comemorativas, eventos locais] - Tom da minha marca: [ex: descontraído, premium, acessível, especialista]

Com base nessas informações: 1. Defina a estratégia do mês em 3 linhas 2. Distribua os 4 tipos de conteúdo (Produto+Prova, Problema+Solução, Oferta com Urgência, Bastidores) pelas semanas do mês 3. Sugira os 3 momentos de pico de vendas para concentrar as melhores ofertas 4. Indique quais produtos priorizar em cada semana e por quê

Prazos: Quinta-sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 10 Completa

- Exercício 10.1: Dashboard de automações monitorando performance
- Exercício 10.2: 30 posts auditados e correlacionados com vendas
- Exercício 10.3: Primeiro Calendário de Receita criado

Métrica de Sucesso: Você sabe qual tipo de conteúdo gera venda no seu negócio — e tem um mapa estratégico do próximo mês.

SEMANA 11: CRIAÇÃO EM LOTE

Capítulo: 13 (Conteúdo Que Vende) + 14 (Anúncios Com Retorno)

Objetivo: Produzir um mês de conteúdo em uma sessão + calcular o ROAS que torna anúncio viável

Exercício 11.1: Sessão de Criação em Lote (3 horas)

Descrição: Produza um mês inteiro de conteúdo estratégico em uma única sessão focada

Estrutura da Sessão:**HORA 1 – ESTRATÉGIA**

- Revise a meta do mês
- Defina os 3-5 produtos/categorias prioritários
- Liste as datas relevantes
- Rode o prompt de Calendário de Receita (Ex. 10.3)
- Revise e ajuste o resultado

HORA 2 – CRIAÇÃO EM LOTE

- Rode os prompts de criação para cada semana
- Adapte o texto para o seu tom (a IA produz, você refina)
- Separe 30-40 imagens/vídeos de uma vez
- Salve tudo em pasta organizada por semana

HORA 3 – AGENDAMENTO

- Agende os posts (Buffer, Later, Etus)
- Configure os stories mais críticos
- Crie templates visuais reutilizáveis no Canva

Prompt para criar os posts:

Crie os posts para a semana 1, seguindo a estratégia [cole o calendário].

Para cada post, entregue:

- Formato sugerido (foto de produto, carrossel, reels, story)
- Texto da legenda (pronto para publicar)
- Hashtags relevantes (máximo 5)
- CTA (chamada para ação clara)
- Melhor horário de publicação para [seu segmento]

Linguagem: [descreva o tom – ex: direta, próxima, sem firulas]

Evite: [o que não combina com sua marca]

Prazos: Bloco único de 3 horas

Exercício 11.2: Setup de Agendamento + Templates

Descrição: Configure as ferramentas de agendamento e crie templates reutilizáveis

Checklist de Setup:

- Ferramenta de agendamento escolhida: _____ (Buffer/Later/Etus/Meta nativo)
- Conta conectada às redes
- 3-5 templates visuais criados no Canva (formato de cada tipo de post)
- Primeiro lote de posts agendado
- Stories críticos configurados

Prazos: Segunda-terça (2-3 horas)

Exercício 11.3: ROAS Mínimo vs. Meta

Descrição: Calcule o ROAS de break-even e a meta realista — o número que decide se um anúncio continua ou é pausado

Como Calcular:

ROAS MÍNIMO (break-even) = $1 \div \text{margem bruta}$

Exemplo: margem bruta de 25% → ROAS mínimo = $1 \div 0,25 = 4x$

margem bruta de 40% → ROAS mínimo = $1 \div 0,40 = 2,5x$

Sua margem bruta: ____%

Seu ROAS mínimo: ____x

Sua meta de ROAS (acima do mínimo): ____x

Atenção: ROAS de 3x parece bom, mas com margem de 25% você está PERDENDO dinheiro (mínimo seria 4x). Sempre calcule sobre a sua margem real.

TEMPLATE

Template:

| Métrica | Seu número |
|--------------------------------------|------------|
| Margem bruta | ____% |
| ROAS mínimo (break-even) | ____x |
| ROAS meta | ____x |
| Ticket médio 1ª compra | R\$ ____ |
| CAC máximo aceitável (30% do ticket) | R\$ ____ |

Prazos: Quarta (1 hora)

Checklist — Semana 11 Completa

- Exercício 11.1: Um mês de conteúdo produzido em lote

- Exercício 11.2: Agendamento + templates configurados
- Exercício 11.3: ROAS mínimo e meta calculados

Métrica de Sucesso: 30 dias de conteúdo prontos + você sabe exatamente qual ROAS torna anúncio lucrativo no seu negócio.

SEMANA 12: ANÚNCIOS COM RETORNO

Capítulo: 14 (Anúncios Com Retorno) + 15 (O Marketing Que Não Para)

Objetivo: Investir em anúncio com critério — sem desperdiçar dinheiro em campanha que não volta

Exercício 12.1: Primeira Campanha de Teste

Descrição: Crie uma campanha no Meta (Facebook/Instagram) usando o framework de oferta irresistível

A fórmula da oferta: [O que é] + [para quem] + [benefício principal] + [por que agora]

PROMPT DE IA

Preciso criar uma oferta irresistível para anúncio pago. Produto: [descreva o produto] Público-alvo: [quem compra esse produto] Principal benefício: [o que muda na vida de quem compra] Diferenciais vs. concorrentes: [o que só você tem] Urgência disponível: [desconto, estoque limitado, prazo, frete grátis] Prova social: [avaliações, número de vendas, depoimentos]

Crie 5 versões de oferta com diferentes ângulos: 1. Focada no problema (dor que o produto resolve) 2. Focada no resultado (transformação que o produto oferece) 3. Focada na urgência (por que comprar hoje e não depois) 4. Focada na prova social (outros que compraram e aprovaram) 5. Focada no custo de não comprar (o que a pessoa perde ao não agir)

Para cada versão: headline (máximo 10 palavras) + subtítulo (máximo 20 palavras)

As 3 regras do teste no Meta: - Semana 1: R\$ 500 em 3-5 variações de criativo e copy - Semana 2: Identifique o vencedor. Pause os outros. - Semana 3: Escale o vencedor

Prazos: Segunda-terça (2-3 horas)

Exercício 12.2: Setup de Rastreamento

Descrição: Configure pixel, UTM e relatório de ROAS — sem mensuração você está voando às cegas

Checklist de Rastreamento:

- Pixel do Meta instalado no site/loja
- Eventos de conversão configurados (compra, lead, mensagem)
- UTMs definidos para cada campanha (origem/meio/campanha)
- Planilha ou painel de ROAS criado
- Pergunta “Como você nos conheceu?” no checkout (tracking simples e poderoso)

Os 4 números a monitorar semanalmente:

| Métrica | Definição | Sua meta |
|-------------------|--------------------------------------|----------|
| ROAS | Receita ÷ investido em anúncio | ____x |
| CPA | Custo por aquisição (venda) | R\$ ____ |
| Taxa de conversão | % dos cliques que compraram | 1-3% |
| LTV ÷ CAC | Valor do cliente ÷ custo de adquirir | >3 |

Prazos: Quarta (1-2 horas)

Exercício 12.3: Mapeie 5 Microinfluencers

Descrição: O canal subestimado — microinfluencers (5k-50k seguidores) têm engajamento 3-5x maior e cobram R\$ 300-2.000

O modelo que funciona: 1. Envie o produto grátis para 5-10 microinfluencers do seu nicho 2. Dê um código de desconto rastreável (ex: MARIA15) 3. Peça conteúdo autêntico, não roteiro engessado 4. Meça as vendas por código

PROMPT DE IA

Preciso encontrar microinfluencers ideais para promover [tipo de produto] para [público-alvo].

Me ajude a criar: 1. Critérios para selecionar influencers no meu nicho (o que verificar no perfil antes de entrar em contato) 2. Template de mensagem de primeiro contato 3. Briefing do que pedir (o que mostrar, o que evitar) 4. Métricas para avaliar se a parceria valeu a pena 5. 5 hashtags do meu nicho para encontrar influencers ativos

TEMPLATE

Template:

| Influencer | Seguidores | Engajamento | Código | Contato feito? |
|-------------|------------|-------------|--------|----------------|
| 1 | | | | |
| ... (até 5) | | | | |

Prazos: Quinta (1-2 horas)

Exercício 12.4: Audit de Presença Digital

Descrição: Valide as bases do marketing de propriedade — Google Meu Negócio, NAP, velocidade do site

Checklist de Auditoria:

- Google Meu Negócio: nome, categoria, endereço, horário corretos
- Fotos reais da loja no perfil (não só logo)
- Todas as avaliações respondidas (positivas e negativas)
- NAP consistente: Nome, Endereço, Telefone idênticos em todos os lugares online
- Avaliações recentes: 20 nos últimos 3 meses valem mais que 50 em 2 anos
- Velocidade do site: testar no PageSpeed Insights (Google) — abaixo de 3s

Prazos: Sexta (1 hora)

Checklist — Semana 12 Completa

- Exercício 12.1: Primeira campanha de teste criada (3-5 variações)

- Exercício 12.2: Rastreamento configurado (pixel, UTM, ROAS)
- Exercício 12.3: 5 microinfluencers mapeados e briefing pronto
- Exercício 12.4: Presença digital auditada

Métrica de Sucesso: Primeira campanha rodando com rastreamento correto. (Não meça sucesso antes de 14 dias — o algoritmo precisa aprender.)

SEMANA 13: SEO E E-MAIL — O MARKETING QUE NÃO PARA

Capítulo: 15 (O Marketing Que Não Para)

Objetivo: Construir marketing de propriedade — ativos que trabalham enquanto você dorme, diferente do anúncio que para quando o budget acaba

Exercício 13.1: 10 Oportunidades de SEO + Primeiro Artigo

Descrição: Identifique as buscas que seu cliente faz no Google e crie seu primeiro conteúdo otimizado

Prompt para encontrar oportunidades:

Sou dono de [tipo de loja] e quero criar conteúdo que apareça no Google para atrair meus clientes ideais.

Meu público: [descreva – quem são, o que querem, quais dúvidas têm]

Meus principais produtos: [liste 5-10]

Minha cidade (se loja física): [cidade e região]

Me entregue:

1. 20 perguntas que meu cliente ideal faz no Google relacionadas ao que eu vendo (em ordem de intenção de compra – alta para baixa)
2. Para cada pergunta: volume de busca estimado e dificuldade de ranquear (alta/média/baixa)
3. As 5 melhores oportunidades para começar (alta intenção + baixa dificuldade)
4. Sugestão de tipo de conteúdo para cada (artigo, vídeo, FAQ)

Prompt para criar o artigo:

Escreva um artigo otimizado para SEO sobre "[título]" para o blog de [tipo de loja].

Palavra-chave principal: [palavra-chave]

Palavras-chave secundárias: [liste 3-5]

Intenção do leitor: [o que ele quer resolver]

O artigo deve:

- Ter entre 1.000 e 1.500 palavras
- Começar respondendo a dúvida principal nos primeiros 2 parágrafos
- Usar H2 e H3 para estruturar
- Incluir a palavra-chave no título, 1º parágrafo e 2 H2
- Terminar com CTA suave para produto/serviço
- Tom: [sua marca]

TEMPLATE**Template — Suas 10 oportunidades:**

| # | Busca do cliente | Volume | Dificuldade | Tipo de conteúdo |
|----------|------------------|--------|-------------|------------------|
| 1 | | | | |
| ... | | | | |
| (até 10) | | | | |

Prazos: Segunda-quarta (2-3 horas)

Exercício 13.2: 2 Automações de E-mail

Descrição: Configure boas-vindas + carrinho abandonado — e-mail tem o ROI mais alto (R\$ 36-42 por R\$ 1)

Prompt para boas-vindas:

Crie uma sequência de 3 e-mails de boas-vindas para novos cadastros da [tipo de loja].

Perfil dos clientes: [descreva]

Produto âncora para oferta: [produto de entrada com boa margem]

Tom da marca: [descreva]

Para cada e-mail:

- Assunto (2 versões: uma direta, uma com curiosidade)
- Pré-header
- Corpo (máximo 200 palavras)
- CTA claro

E-mail 1 (imediato): Boas-vindas + o que o cliente vai receber

E-mail 2 (dia 2): Conteúdo útil sobre [tema] + introdução do produto

E-mail 3 (dia 5): Oferta especial de primeira compra com urgência real

Regra: nenhum e-mail deve parecer spam. Deve parecer que um amigo especialista está escrevendo.

Checklist:

- Provedor de e-mail escolhido (Mailchimp, Brevo, RD Station...)
- Pop-up de captura de e-mail no site
- Automação de boas-vindas (3 e-mails) ativa
- Automação de carrinho abandonado (3 e-mails: 1h, 24h, 72h) ativa

Prazos: Quinta (1-2 horas)

Exercício 13.3: Calendário Sazonal de 6 Meses

Descrição: Mapeie os próximos 6 meses com as datas prioritárias do seu segmento — a regra dos 60 dias de antecedência

Calendário de varejo brasileiro (principais datas):

| Mês | Data | Potencial |
|----------|--------------------------|-----------------------------------|
| Maio | Dia das Mães | Muito alto — maior data do varejo |
| Junho | Dia dos Namorados (12/6) | Alto |
| Agosto | Dia dos Pais | Alto |
| Outubro | Dia das Crianças (12/10) | Alto |
| Novembro | Black Friday | Muito alto — maior do e-commerce |
| Dezembro | Natal | Pico absoluto |

A regra dos 60 dias: para qualquer data relevante, comece o planejamento (campanha, estoque, logística, criativo) com 60 dias de antecedência.

TEMPLATE

Template:

| Data alvo | Começar a planejar em | Produtos prioritários | Budget |
|-----------|-----------------------|-----------------------|--------|
| | (data - 60 dias) | | |

Prazos: Sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 13 Completa

- Exercício 13.1: 10 oportunidades de SEO + 1º artigo otimizado publicado
- Exercício 13.2: 2 automações de e-mail ativas (boas-vindas + carrinho)
- Exercício 13.3: Calendário sazonal de 6 meses construído

Métrica de Sucesso: Você plantou ativos de SEO e e-mail que vão crescer mês a mês — e tem um calendário que evita a correria de última hora.

VOCÊ LIGOU O QUARTO MOTOR — MARKETING

O motor de Marketing está ligado quando cada real investido tem destino rastreável — e parte do seu marketing cresce sem custo adicional. Marketing de aluguel (anúncio) para quando o budget para; marketing de propriedade (SEO + e-mail) trabalha enquanto você dorme. A próxima e última parte resolve o quinto motor: Experiência do Cliente.

SEMANA 14: ATENDIMENTO 24/7 SEM EQUIPE 24/7

Capítulo: 16 (Atendimento 24/7 Sem Equipe 24/7)

Objetivo: Cumprir a expectativa de disponibilidade do cliente sem contratar equipe para cada turno — velocidade de resposta é o 2º fator de decisão de compra online, perde só para preço

Exercício 14.1: Mensagem de Ausência + Saudação no WhatsApp

Descrição: Configure as automações de primeiro contato — o cliente nunca pode ficar em silêncio

Template de Mensagem de Ausência:

Olá! Recebemos sua mensagem.

Nossa equipe atende de segunda a sábado, das 9h às 18h.

Você receberá a resposta em até [X] horas úteis.

Se for urgente, pode responder "URGENTE" e sua mensagem será priorizada assim que abrirmos.

[Nome da Loja] — obrigado pelo contato

Template de Mensagem de Saudação:

Olá, [nome]! Bem-vindo(a) à [Nome da Loja]

Posso te ajudar de algumas formas:

1. Ver produtos disponíveis
2. Consultar status de pedido
3. Informações sobre troca e devolução
4. Falar com um atendente

Me responde com o número da opção ou me conta o que precisa!

Como Fazer: 1. Adapte os textos ao tom da sua marca 2. WhatsApp Business → Ferramentas comerciais → Mensagem de ausência / saudação 3. Defina o horário de funcionamento real 4. Teste enviando mensagem fora do horário

Prazos: Segunda (1 hora)

Exercício 14.2: 10 Respostas Rápidas com IA

Descrição: Crie respostas pré-feitas para as perguntas que você recebe todo dia (60-70% das dúvidas de varejo são repetitivas)

PROMPT DE IA

Crie 10 respostas rápidas para WhatsApp Business de [tipo de loja].

As perguntas mais frequentes dos meus clientes são: [liste as 10 – copie do histórico real de mensagens]

Para cada resposta: - Direta e completa (máximo 4 linhas) - Tom: [descreva o tom – formal/descontraído/amigável] - Termine com próximo passo claro - Nunca feche a conversa sem opção de continuar

Inclua também: - Uma resposta para quem reclamou sem especificar o problema - Uma resposta para quem pediu desconto sem contexto - Uma resposta para quem ameaçou ir ao Procon por situação não urgente

TEMPLATE

Template:

| Atalho | Pergunta frequente | Resposta rápida |
|--------------|--------------------|-----------------|
| /horario | | |
| /pagto | | |
| /entrega | | |
| /troca | | |
| /estoque | | |
| ... (até 10) | | |

Prazos: Terça-quarta (1-2 horas)

Exercício 14.3: 5 Scripts para Situações Difíceis

Descrição: Mapeie seus 5 casos mais frequentes e crie scripts — o atendimento que separa loja boa de loja excelente é o das situações difíceis

PROMPT DE IA

Crie scripts de atendimento para as seguintes situações em uma [tipo de loja]:
 Situação 1: Cliente furioso porque o produto chegou danificado Situação 2: Cliente exigindo desconto não anunciado Situação 3: Cliente ameaçando Procon/Reclame Aqui por atraso Situação 4: Cliente insatisfeito com produto que era exatamente o descrito, mas não era o que ele queria Situação 5: Cliente pedindo troca fora do prazo da política
 Para cada script: - Abertura que valida o sentimento sem admitir culpa prematuramente - Perguntas para entender o caso específico - Solução padrão e alternativas se o padrão for recusado - Frase de encerramento que preserve a relação - O que NUNCA dizer nessa situação
 Tom: [empático, direto, profissional] Regra: nunca confrontar, nunca prometer o que não pode cumprir, sempre oferecer algo concreto

O que automatizar vs. humanizar: - Automatize: informações padrão, status de pedido, FAQ, triagem inicial - Humanize: reclamação emocional, cliente de alto valor, situação que pode virar crise (Reclame Aqui, mídia)

Prazos: Quinta-sexta (1-2 horas)

Checklist — Semana 14 Completa

- Exercício 14.1: Mensagens de ausência e saudação configuradas
- Exercício 14.2: 10 respostas rápidas criadas e ativas
- Exercício 14.3: 5 scripts de situações difíceis prontos

Métrica de Sucesso: Atendimento escalável sem aumentar equipe. Tempo de 1ª resposta abaixo de 5 min (horário comercial) / 4h (fora).

SEMANA 15: FIDELIDADE E REPUTAÇÃO

Capítulo: 17 (Fidelidade Que Funciona) + 18 (A Crise Como Oportunidade)

Objetivo: Fazer o cliente voltar (fidelidade emocional, não cartão de pontos) + transformar crise em ativo com o Método 4R

Exercício 15.1: Levantamento da Base + Sequência Pós-compra

Descrição: Conheça sua base atual e ative a sequência que transforma compradores em fãs — cliente fiel custa 5-7x menos e gasta 67% mais

Levantamento (preencha o que souber):

MINHA BASE ATUAL

- Clientes registrados com nome e contato: _____
- Taxa de retorno atual (compraram 2+ vezes): _____%
- Ticket médio cliente novo: R\$ _____
- Ticket médio cliente fiel (3+ compras): R\$ _____
- LTV médio (ticket × frequência/ano × anos): R\$ _____

Prompt para criar o programa de fidelização:

Você é especialista em fidelização de clientes para pequeno varejo brasileiro.

Minha loja é: [tipo, produtos, ticket médio, frequência de compra]

Meu cliente típico é: [quem é, o que busca, como compra, o que valoriza]

Minha estrutura atual: [WhatsApp, Instagram, sistema de vendas, planilha]

Crie um programa de fidelização que:

1. Não dependa de cartão físico nem de app
2. Combine fidelidade emocional com incentivos transacionais mínimos
3. Seja operável por 1-2 pessoas sem equipe de marketing
4. Use o histórico de compras para personalização real
5. Tenha no máximo 3 ações que eu preciso executar por semana

Inclua: as 5 mensagens de comunicação mais importantes do programa, prontas para uso, com [variáveis] para personalização.

A sequência pós-compra (D+1 / D+7 / D+30):

| Momento | Objetivo | O que incluir | O que evitar |
|---------|----------------|--------------------------------------------|------------------------------------|
| D+1 | Acolhimento | Agradecimento + dica de uso + canal aberto | Já tentar vender / pedir avaliação |
| D+7 | Check-in | Pergunta genuína + complemento natural | Usar como pretexto de venda |
| D+30 | Reconhecimento | “Já faz 1 mês” + conteúdo de valor | Mensagem genérica para qualquer um |

Prazos: Segunda-terça (2-3 horas)

Exercício 15.2: Segmentação em 4 Grupos + Reativação

Descrição: Pare de tratar todos os clientes igual — divida em 4 grupos e crie a estratégia de reativação

Os 4 grupos:

| Grupo | Definição | Ação prioritária |
|----------|---------------------------------------------|----------------------------------------|
| Novo | 1ª compra nos últimos 30 dias | Sequência pós-compra (D+1/7/30) |
| Ativo | Comprou em 90 dias, 2+ compras | Upsell/cross-sell personalizado |
| Em Risco | Histórico regular, sem compra há 60-90 dias | Reengajamento + incentivo mínimo |
| Perdido | Sem compra há 120+ dias | Oferta significativa ou pedir feedback |

PROMPT DE IA

Tenho uma base de [número] clientes com os dados: [nome, contato, data da última compra, número de compras, ticket médio, categorias que comprou]
 Segmente em 4 grupos: Novos / Ativos / Em Risco / Perdidos
 Para cada grupo, crie: A) Critério exato de classificação para aplicar na planilha B) Estratégia de comunicação (canal, frequência, tom, o que NUNCA fazer) C) Campanha de reativação para Em Risco e Perdidos: - Sequência de 3 mensagens (com intervalo entre cada) - Gatilho de encerramento (quando parar de tentar) - Incentivo recomendado (sem desconto agressivo) D) Métricas de sucesso e meta realista para 4 semanas
 Meu tipo de loja: [descreva] | Ticket médio: [valor] | Margem: [%]

Execução: Aplique a segmentação na sua base e dispare a primeira campanha de reativação para os 10-20 clientes “Em Risco” mais antigos. Documente as respostas.

Prazos: Quarta-quinta (2-3 horas)

Exercício 15.3: Reputação — Método 4R + NPS + Ritual Semanal

Descrição: Monte o sistema de reputação que transforma crise em ativo e mede satisfação antes que vire problema

O Método 4R (use em toda avaliação negativa): 1. Reconhecer — “Sentimos muito. Isso não deveria ter acontecido.” (sem “mas”) 2. Responsabilizar — assuma o processo que falhou 3. Resolver — anuncie publicamente, resolva no privado (WhatsApp) 4. Registrar — documente: problema, causa, solução, o que muda no processo

Prompt para resposta pública a avaliação negativa:

Você é o gerente de relacionamento de uma loja de varejo.

Recebi a seguinte avaliação negativa:

[COLE A AVALIAÇÃO]

Informações do caso: [produto, data, status atual]

Escreva uma resposta pública seguindo:

1. Tom empático e humano — sem juridiquês
2. Reconheça o problema sem minimizar
3. Assuma responsabilidade pelo processo de atendimento
4. Convide para resolver pelo WhatsApp [número]
5. Não mencione nada que pareça culpar o cliente
6. Máximo 4-5 frases
7. Termine com o nome do responsável (ex: "Thiago, proprietário")

Gere duas versões: uma mais direta e uma mais calorosa.

Configure o NPS: Pergunta “De 0 a 10, qual a chance de recomendar nossa loja?” Promotores (9-10), Neutros (7-8), Detratores (0-6). $NPS = \% \text{ promotores} - \% \text{ detratores}$. Ligue para detratores, agradeça promotores e peça avaliação no Google.

Ritual semanal de reputação (15 min, todo domingo/segunda):

Verificar novas avaliações no Google — responder todas

Verificar Reclame Aqui — responder todas

Verificar DMs de Instagram e Facebook — responder reclamações

Olhar NPS da semana — ligar para detratores

Os 5 sinais de alerta precoce: avaliação 1-2 sem resposta; queda de 0,3 na nota em 30 dias; reclamação recorrente do mesmo tipo; aumento no tempo de resolução; NPS caindo sem causa aparente.

Prazos: Sexta (2-3 horas)

Checklist — Semana 15 Completa

- Exercício 15.1: Base levantada + sequência pós-compra (D+1/7/30) ativa
- Exercício 15.2: Base segmentada em 4 grupos + 1ª reativação disparada
- Exercício 15.3: Método 4R + NPS + ritual semanal de reputação implantados

Métrica de Sucesso: Sistema de retenção e reputação funcionando — taxa de retorno acima de 35%

e toda avaliação respondida em 24h.

OS CINCO MOTORES ESTÃO LIGADOS

Você completou os cinco domínios do método Do Caos ao Lucro: Margem → Vendas → Gestão → Marketing → Experiência. Seu negócio agora tem mais margem, vende no automático, é gerido por número, atrai cliente com método e retém com sistema — não com improviso. As 15 semanas foram o caminho. A operação que você construiu é o resultado.

COMO USAR ESTE WORKBOOK

Para Empreendedores Sozinhos

1. Reserve 5 horas por semana
2. 2 horas: Ler capítulo do livro
3. 3 horas: Fazer exercícios + usar IA
4. Resultado: Plano de ação documentado pronto para implementar

Para Equipes de 2-5 Pessoas

1. Segunda: Toda equipe lê capítulo juntos (ou individualmente)
2. Quarta: Reunião de 90 min — fazer exercício juntos
3. Sexta: Validar com dono/gerente, documentar decisões

Para Negócios Maiores (10+ pessoas)

1. Responsável designado (gerente de operações ou BI) lidera
 2. Trabalha junto com cada departamento (vendas, marketing, operações)
 3. Reúne insights e consolida em plano de ação para toda empresa
-

BÔNUS: PROMPTS DE IA PARA CADA EXERCÍCIO

Os prompts específicos para cada exercício estão indicados entre parênteses no workbook.

Ferramentas recomendadas: - Claude ou ChatGPT (análises complexas, redação, estrutura) - Gemini (análises de dados, planilhas, comparações) - Specialized: Zapier AI para workflows, ManyChat para bots

ACOMPANHAMENTO DE PROGRESSO

Use essa tabela para rastrear seu avanço:

| Semana | Domínio | Capítulo | Status | Data Completa | Notas |
|--------|-------------|----------|--------|---------------|-------|
| 1 | Margem | 4-5 | [] | | |
| 2 | Margem | 6 | [] | | |
| 3-4 | Vendas | 7-8 | [] | | |
| 5 | Vendas | 8-9 | [] | | |
| 6 | Gestão | 10 | [] | | |
| 7 | Gestão | 11 | [] | | |
| 8 | Gestão | 11-12 | [] | | |
| 9 | Gestão | 12 | [] | | |
| 10 | Marketing | 13 | [] | | |
| 11 | Marketing | 13-14 | [] | | |
| 12 | Marketing | 14-15 | [] | | |
| 13 | Marketing | 15 | [] | | |
| 14 | Experiência | 16 | [] | | |
| 15 | Experiência | 17-18 | [] | | |

RECURSOS ADICIONAIS

Planilhas e Templates Prontos

(Essas referências aparecem ao longo do workbook)

- Template de Análise de Margem: Exercício 1.2
- Classificação ABC: Exercício 1.3
- Auditoria de Estoque: Exercício 2.1
- Segmentação de Base: Exercício 5.1
- Dashboard KPI: Semana 6 (quando publicar)
- Calendário de Conteúdo: Semana 11 (quando publicar)

Essas planilhas estão disponíveis em: [Link para pasta de recursos — será adicionado em breve]

SUPORTE

Dúvidas ao fazer os exercícios?

1. Revise o capítulo correspondente do livro — a resposta geralmente está lá
 2. Use o prompt de IA fornecido — ajusta pra sua realidade
 3. Junte seu time — às vezes 2 cabeças pensam melhor que 1
 4. Fale com Rodrigo Feldman — comunidade exclusiva de leitores [link será adicionado]
-

VOCÊ COMPLETOU O MÉTODO — E AGORA?

Você trabalhou os 5 domínios do método Do Caos ao Lucro ao longo de 15 semanas:

| Domínio | Cobertura neste workbook |
|-------------|--------------------------|
| Margem | Semanas 1-2 |
| Vendas | Semanas 3-5 |
| Gestão | Semanas 6-9 |
| Marketing | Semanas 10-13 |
| Experiência | Semanas 14-15 |

O livro Do Caos ao Lucro

Este workbook é o companion oficial do livro. Cada semana de exercício corresponde aos capítulos do livro — o workbook é onde o método vira ação no seu negócio, e o livro é onde está o porquê de cada passo, com os casos reais (Daniela, Roberto, Marina, Patrícia, Marcelo, Ana, Lucas, Camila, Thiago) que mostram a transformação acontecendo.

O livro completo na Amazon: amazon.com.br/dp/B0G91DGK2V

Se você ainda não leu os capítulos correspondentes a cada semana, volte ao livro: workbook e livro foram feitos para andar juntos.

SOBRE O AUTOR

Rodrigo Feldman é especialista em IA aplicada a negócios e fundador do Clube do Livro Lendário. Trabalha com varejistas e empreendedores transformando operações no caos em máquinas de previsibilidade e crescimento.

Acompanhe o trabalho

- Instagram: [@rodrigo.feldman](https://www.instagram.com/rodrigo.feldman)
 - Twitter / X: [@rodrigofeldman](https://twitter.com/rodrigofeldman)
 - Portfólio + todos os links: bio-links-feldman.vercel.app
-

DO CAOS AO LUCRO — WORKBOOK PRÁTICO (15 SEMANAS) Companion oficial do livro — Edição Maio 2026 — Rodrigo Feldman

Bons exercícios. Bons resultados.
