

ICP ANC

Aceleração Nutri de Consultório

Perfil Completo do Cliente Ideal

Produto: ANC | Última atualização: Abril/2026

1. IDADE

- Range amplo: 25-35+ anos
- Dois perfis etários distintos: jovens (25-28) construindo consultório do zero e veteranas (30+) que nunca aprenderam a parte de negócios
- O grupo mais jovem está no "e agora?" pós-formatura — sabe atender mas não sabe empreender
- O grupo mais velho carrega anos de prática clínica mas zero estrutura comercial
- Momento emocional é o mesmo em todas: "eu sei que posso viver de consultório mas não sei como fazer isso acontecer"
- O maior grupo individual tem mais de 35 anos (15%), seguido por 28 anos (7%), 25 anos (6%), 27 anos (5%) e 30 anos (4%). A concentração forte entre 25-35 anos confirma que não é perfil de "recém-formada" — é perfil de nutricionista que já atende mas não escala

2. PROFISSÃO

- Nutricionista clínica (100%)
- Algumas com pós-graduação concluída ou em andamento (esportiva, emagrecimento, saúde da mulher)
- Nenhuma é pesquisadora ou professora — é atendimento direto ao paciente
- Nicho dominante é emagrecimento (34%), seguido por saúde da mulher (7%), esportiva (6%) e doenças crônicas (3%). O restante se pulveriza entre materno-infantil, vegetariana, funcional e comportamental
- Muitas não têm nicho definido ("atendo de tudo")
- Algumas acumulam 2-3 modalidades: consultório + home care + clínica com convênio + hospital
- Pluriemprego é comum — divide a nutrição com plantões, CLT, ou trabalhos paralelos

3. TEMPO DE FORMADA

- Bimodal: menos de 2 anos ou mais de 6 anos
- As mais novas ainda não encontraram o caminho — atendem pouco, cobram pouco, inseguras
- As mais velhas atendem há anos mas nunca estruturaram o negócio
- Em ambos os casos, o problema NÃO é técnico — é de negócio
- Nenhuma se sente preparada pela faculdade para empreender
- Já passaram pela fase de "aceitar qualquer paciente" mas não sabem como sair dela
- O padrão bimodal é claro: mais de 6 anos de formada é o maior grupo (16%), seguido por menos de 1 ano (13%), 2-4 anos (9%), 1-2 anos (8%) e 4-6 anos (6%). Ou é muito nova e não sabe por onde começar, ou já atende há muito tempo e não sabe por que não cresce

4. FATURAMENTO

- Range: R\$700-15.000/mês
- Média real: R\$1.000-5.000/mês
- Maioria entre R\$1-4k/mês — o suficiente para sobreviver, não para viver
- Oscilação brutal: mês bom pode ser R\$5k, mês ruim R\$700
- Uma outlier faturando R\$10-15k (pico de R\$22k), mas a exceção confirma a regra
- Muitas não sabem exatamente quanto faturam — não têm planilha, não controlam
- Faturamento é todo reativo: depende de quem aparece, não de um sistema de captação
- Sensação prevalente: "tudo que eu ganho eu gasto pra poder trabalhar"

Tudo que eu ganho eu pago de conta pra poder trabalhar, tá ficando o a o

— **Jéssica**

- A faixa de faturamento mais comum é R\$1-2k/mês (27%), seguida por R\$2-4k (15%), R\$4-6k (6%), R\$6-8k (3%), R\$8-10k (3%) e mais de R\$10k (apenas 1%). No total, 42% fatura menos de R\$4k/mês. A ANC atende a base da pirâmide — quem precisa sair do zero, não quem quer escalar de R\$10k pra R\$25k

5. FORMATO DE ATENDIMENTO

- Presencial como base (90%+ da receita)
- Online é exceção, não regra — quando existe, é improvisado
- Consulta avulsa ainda é a porta de entrada principal (a maioria não sabe converter pra plano)
- Duração de consulta: 40min-1h30 (varia muito, sem padrão)
- Plano alimentar entregue depois (1-7 dias) — nenhuma entrega na hora
- Home care em alguns casos: vai na casa do paciente, carrega balança, faz tudo no local
- Algumas atendem em 2-5 locais diferentes ao longo da semana (caótico)
- Nenhuma faz call de vendas estruturada — venda acontece (ou não) pelo WhatsApp

6. MODELO DE ATENDIMENTO

Precificação

- Consulta avulsa: R\$150-260 (a maioria entre R\$180-250)
- Trimestral: R\$360-830 (variação enorme — reflete insegurança na precificação)
- Semestral: R\$1.200-2.500 (quando existe — a maioria nem oferece)
- Problema universal: entregáveis iguais ou quase iguais entre planos — o paciente não vê razão pra pagar mais
- Descontos frequentes: pra alunos, pra "amigos", pra quem "não pode pagar"
- Muitas cobram menos que os concorrentes e mesmo assim o paciente acha caro

Eu cobro metade dos meus concorrentes e o paciente ainda acha caro

— **Ana Clara**

Estrutura de planos

- Nenhuma tem esteira de produtos completa
- A maioria só oferece consulta avulsa e "pacote trimestral" sem diferenciação clara
- Semestral existe no papel mas quase nunca vende ("será que as pessoas vão comprar um plano desse valor?")
- Nenhuma tem infoproduto digital, grupo de emagrecimento recorrente, ou consultoria online estruturada
- Nenhuma tem programa de indicação formal
- Zero automação: tudo é manual, artesanal, e dependente da presença dela

Eu não sei o que fazer com esses pacientes que eu já atendo

— **Jéssica**

7. LOCAL DE ATENDIMENTO

- Coworking alugado por hora/turno: modelo mais comum — paga por uso, sem custo fixo alto
- Sala dentro de clínica com repasse de 30-40%: frequente — come o faturamento sem ela perceber
- Dentro de academia: atende os alunos, depende da academia pra captar
- Home care: vai na casa do paciente com balança e equipamento — exaustivo e subprecificado
- Hospital + consultório paralelo: faz escala 12x36 e atende nos dias de folga
- Subconsultório alugado 1 turno/semana: atende 3-4 pacientes naquele dia
- Multilocal: atende em 2-5 lugares diferentes na mesma semana — caótico, sem foco
- Nenhuma tem consultório próprio equipado (diferente da cliente Master NC que investiu R\$20-60k)
- Custo de estrutura come boa parte do faturamento — algumas ficam no zero a zero
- Distribuição geográfica nacional com concentração no Sudeste (SP, RJ, MG lideram). Muitas em cidades de interior (custo de vida menor, mercado menor, concorrência local forte)

8. REDES SOCIAIS

Instagram

- Perfil profissional mas sem estratégia de conteúdo
- Postagem inconsistente — "quando dá tempo" ou "quando tem inspiração"
- Conteúdo genérico: dicas de alimentação, receitas, antes/depois ocasional
- Não converte em paciente: "de post não vem ninguém"
- Algumas já investiram em social media/agência — sem resultado
- Stories irregulares, sem sequência de vendas, sem CTA
- Não sabe o que postar, como postar, com que frequência

Investiu em social media sem resultado

— **padrão recorrente**

WhatsApp

- Canal principal de comunicação (e venda, quando acontece)
- Número pessoal = profissional = suporte
- Sem horário definido — responde a qualquer hora ou demora dias
- Não usa WhatsApp Business com automação
- A "venda" acontece por texto: manda o preço, a pessoa some
- Sem script, sem qualificação, sem follow-up estruturado

TikTok

- Praticamente irrelevante para o perfil ANC
- Diferente da Master NC, onde algumas já usam ativamente
- Quando mencionado, é como consumidora, não produtora

8B. RETENÇÃO E RESULTADOS

Taxas de conversão reais

- **Indicação direta -> consulta:** 80-90% (quase garantido — é o canal mais forte)
- **Consulta avulsa -> PDA trimestral:** muito baixa (a maioria não consegue converter)
- **WhatsApp (lead frio) -> agendamento:** baixíssima ("as pessoas só querem saber preço e somem")
- **Instagram -> lead:** praticamente zero direto ("de post não vem ninguém")
- **Eventos/parcerias -> paciente:** variável, geralmente só consulta avulsa
- **Renovação de PDA:** baixa (sem follow-up estruturado, paciente some)

De 10 pessoas que eu faço a call, uma compra

— **Milena**

O que ela faz BEM (e nem percebe)

- Quando o paciente chega, ela atende bem — retenção na consulta é boa
- Indicação orgânica funciona: quem passa por ela, indica
- Domínio técnico da nutrição (sabe atender, o problema é o resto)
- Dedicção genuína ao paciente (faz home care, responde fora de hora, se preocupa de verdade)
- Quando recebe direção clara, executa na hora

Números que ela deveria saber mas não sabe

- Quantos leads recebe por mês (e de onde vêm)
- Taxa de conversão de consulta avulsa pra PDA
- Custo real de cada local de atendimento (coworking + deslocamento + tempo)
- Quanto perde com repasse de 30-40% pra clínica
- Quantos pacientes inativos tem que poderiam ser reativados
- Margem líquida real (faturamento menos custos de operar)

Nunca fez planilha financeira

— **padrão recorrente**

9. ONDE ELA QUER CHEGAR

- Viver 100% da nutrição de consultório (sem CLT, sem plantão, sem renda complementar)
- Faturar R\$10k/mês com previsibilidade (meta realista para o perfil ANC)
- Ser referência na cidade/região como nutricionista
- Ter estabilidade financeira — não depender de mês bom ou mês ruim
- Ter liberdade de tempo — não trabalhar 6 dias por semana pra ganhar R\$2k
- Ter confiança para cobrar o que vale
- Parar de depender 100% de indicação
- Ter método, estrutura, processo — saber o que fazer cada dia
- Os desejos mais citados: ser referência (36 menções), viver 100% do consultório (29), faturar R\$10k (22), estabilidade (22) e liberdade de tempo/financeira (21)

Estabilidade profissional — quero que parem de me mandar link de emprego achando que o que eu faço não é estável

— **compradora**

10. O QUE JÁ TENTOU E NÃO DEU CERTO

- Mentorias anteriores: ~40% já investiram em mentorias que decepcionaram
- Resultado típico: pagou caro (R\$1.997-6.000), recebeu conteúdo genérico, suporte raso, promessas não cumpridas
- Trauma de mentoria anterior é uma objeção real e recorrente — não é desculpa, é cicatriz
- Social media/agência de marketing: investiu, não trouxe paciente
- Cursos online genéricos: "prometeram R\$10k e não entregaram"
- Postar mais no Instagram: tentou, não converteu, desistiu
- Impulsionar posts: trouxe seguidores que não compram

Investiram R\$6k e jogaram meu perfil no ChatGPT

— **Milena (sobre mentoria anterior) "A estratégia era insistir insistir insistir postando postando postando" — Milena "Prometeram R\$10k e não entregaram" — Vitória**

Mentorias específicas mencionadas

- Nutri no Front (Felipe Testoni): suporte raso, aluna ainda pagando parcelas
- Novo Mercado (Ícaro de Carvalho, R\$1.997): muito inchado, não conseguiu usar
- Cursos regionais: promessas irreais, sem acompanhamento
- Consultorias com "garantia zero": investiu e não teve retorno
- Mentoria focada em comportamento: não ajudou no negócio

11. O QUE ESTÁ IMPEDINDO ELA

Impedimentos internos

- Insegurança para cobrar mais caro ("não sinto que tenho esse posicionamento ainda")
- Medo de perder paciente ao aumentar preço
- Não sabe vender — nunca aprendeu, sente que está "empurrando" produto
- Falta de confiança nos próprios conhecimentos (apesar de anos de estudo)
- Desorganização total: sem planilha, sem processo, sem rotina de gestão
- Perfeccionismo: quer ter tudo perfeito antes de implementar qualquer mudança
- Medo de investir de novo (trauma de mentorias anteriores)
- Síndrome do "eu consigo sozinha" que impede de pedir ajuda

Eu não me sinto muito confortável em cobrar um preço maior porque eu não sinto que eu tenho esse posicionamento ainda

— Paola

Impedimentos externos

- Faz tudo sozinha: atende, cobra, posta, responde, monta plano, faz compra
- Custos fixos altos em relação ao faturamento (coworking, deslocamento, repasse de clínica)
- Mercado local desinformado ("na minha cidade as pessoas não pagam caro")
- Concorrentes que cobram menos e "desinformam" o paciente sobre valor
- Estrutura familiar que compete por atenção e energia (filhos, marido, casa)
- Parcelas de cursos anteriores ainda sendo pagas
- Os impedimentos mais citados confirmam: captação de pacientes (o maior desafio), redes sociais/conteúdo, estruturar planos/PDA, fidelização, financeiro, vendas, organização/tempo, medo/insegurança e precificação

11B. AS 7 DORES PRINCIPAIS (com frases exatas)

Dor #1: "Eu não sei captar paciente"

O maior gargalo do negócio. Depende 100% de indicação — quando indicação seca, faturamento desaba. Não tem sistema de captação ativo. Instagram não converte. Não sabe fazer social selling. Fica esperando o paciente aparecer.

Frases exatas:

- "De post não vem ninguém" — Grazielle
- "As pessoas só querem saber preço e somem" — padrão recorrente
- "De 10 pessoas que eu faço a call, uma compra" — Milena
- "Investiu em social media sem resultado" — Vitória

Dor #2: "Faturamento instável e insuficiente"

Oscilação brutal mês a mês. Meses bons são exceção, não regra. Muitas ficam no zero a zero — tudo que entra, sai para pagar o custo de operar. Não existe previsibilidade.

Frases exatas:

- "Tudo que eu ganho eu pago de conta pra poder trabalhar, tá ficando o a o" — Jéssica
- "Eu comprei panelas e zerei minha conta" — Shahira
- "Nunca fiz planilha financeira" — padrão recorrente

Dor #3: "Eu não sei cobrar / eu não sei vender"

Sabe que está barata mas tem medo de aumentar. Não sabe apresentar o valor do plano. Manda preço por WhatsApp e torce pro paciente aceitar. Dá desconto por insegurança. Acha que cobrar mais caro é "errado".

Frases exatas:

- "Eu não me sinto muito confortável em cobrar um preço maior porque eu não sinto que eu tenho esse posicionamento ainda" — Paola
- "Eu cobro metade dos meus concorrentes e o paciente ainda acha caro" — Ana Clara
- "Será que as pessoas vão comprar um plano desse valor?" — Emilly
- "Considero que não aprendi a vender" — compradora

Dor #4: "Eu não sei o que fazer com os pacientes que já tenho"

Tem pacientes avulsos que nunca viram PDA. Não sabe como apresentar o plano de acompanhamento. Não faz follow-up. Paciente vem 1x e some. Não tem processo de renovação.

Frases exatas:

- "Eu não sei o que fazer com esses pacientes que eu já atendo" — Jéssica
- "Retorno é diferente de consulta" — crença recorrente que impede venda

Dor #5: "Trauma de investimento anterior"

Já gastou R\$2-6k em mentoria/curso que não entregou. Fica com pé atrás pra investir de novo. Algumas ainda estão pagando parcelas do investimento anterior. Desconfiança legítima baseada em experiência ruim.

Frases exatas:

- "Investiram R\$6k e jogaram meu perfil no ChatGPT" — Milena
- "A estratégia era insistir insistir insistir postando postando postando" — Milena
- "Se fosse para jogar no ChatGPT eu fazia sozinha" — Milena
- "Eu não acredito muito nesses números" — Vitória (sobre promessas de resultado)

Dor #6: "Falta de direção e organização"

Não sabe o que fazer amanhã, semana que vem, mês que vem. Não tem rotina de gestão. Não tem processos. Age por impulso ou reação. Quando surge uma ideia, abandona a anterior. Sente que está "perdida".

Frases exatas:

- "Direcionamento" — palavra mais repetida nos primeiros dias de ANC
- "Já estou com a faca e o queijo na mão, agora só falta colocar em prática" — Ana Clara
- "Constância e colocar a mão na massa" — compradora
- "Coragem, sei que sou capaz, mas o medo e a timidez me travam" — compradora

Dor #7: "Insegurança profissional profunda"

Sabe a nutrição mas não confia em si mesma como profissional de negócios. Síndrome do impostor. Medo de se expor nas redes. Medo de cobrar. Medo de ser julgada por colegas. Precisa de alguém que valide que ela é boa o suficiente.

Frases exatas:

- "Medo e falta de confiança em meus próprios conhecimentos" — Gabrielle
- "Autoconfiança" — Gabrielle (o que mais precisa)
- "Na minha cidade as pessoas não pagam caro" — crença recorrente
- "Eu não tenho medo de atender, na faculdade atendi umas 60 pessoas em 6 meses" — Shahira (confiança técnica existe, comercial não)

Quando perguntadas "o que falta", as respostas confirmam o perfil: organização (24 menções), confiança/coragem (21), conhecimento de negócios (15), execução/prática (14), saber vender (13), captação (11), direcionamento (11) e constância (10).

12. MAIORES MEDOS E FRUSTRAÇÕES

Medos

- Investir na ANC e não ter retorno (repetir a experiência da mentoria anterior)
- Não conseguir pagar as parcelas (R\$350/mês por 10 meses pesa no orçamento)
- Aumentar preço e perder os poucos pacientes que tem
- Continuar estagnada daqui a 1 ano, no mesmo faturamento
- Ter que voltar pra CLT/plantão porque o consultório não sustenta
- Precisar pedir dinheiro pro pai/marido/noivo pra investir em si mesma
- Ser julgada por colegas por "pagar mentoria"

Frustrações

- "Eu sei que meu trabalho vale mais do que eu cobro mas não consigo cobrar"
- "Investi em mentoria e foi dinheiro jogado fora"
- "Todo mundo fala que nutricionista não ganha dinheiro e eu estou provando que é verdade"
- "Eu vejo nutri cobrando mais e atendendo pior que eu"
- "Faço faculdade, pós, curso, e no final ninguém me ensinou a ter paciente"
- "As pessoas só querem saber preço — quando eu falo, somem"
- "Minha família acha que o que eu faço não é profissão de verdade"

13. MAIORES DESEJOS

- Ter previsibilidade financeira — saber quanto vai entrar no mês que vem
- Viver 100% do consultório, sem renda complementar
- Ter método pronto ("ser um modelo pronto de alguém que já fez e deu certo")
- Ter confiança para cobrar e vender sem culpa
- Ser reconhecida como referência (não só como "mais uma nutri")
- Ter estrutura: planos, processos, planilhas, rotina
- Sentir que está progredindo, não girando em círculos
- Ter alguém que acompanhe e cobre execução (não só conteúdo gravado)

Meu sonho era ter uma venda por dia

— **Ana Hoffmann "Vale o meu sonho de vida"** — **Paola "É uma esperança, é um Norte"** — **Ana Clara**

- As motivações para entrar na ANC revelam o que pesa na decisão: qualidade/confiança no método (32 menções), metodologia/método pronto (23), faturamento (17), estrutura/organização (13), confiança na Letícia/Bárbara (9) e resultados/provas sociais (8)

Ser um modelo pronto de alguém que já fez e deu certo

— **Vanessa "Na live secreta, me identifiquei com muitas dores minhas"** — **Letícia de Oliveira "Desespero"** — **Tamires (motivação para entrar)**

14. COMPORTAMENTO

No dia a dia

- Acorda e já vai pro consultório/coworking/clínica (quando tem paciente agendado)
- Dias sem paciente: fica em casa sem saber o que fazer de produtivo
- Responde WhatsApp de paciente e lead sem horário definido
- Não tem dia fixo para gestão, conteúdo, ou planejamento
- Monta plano alimentar à noite ou no fim de semana
- Conteúdo para Instagram: faz quando "dá inspiração", sem calendário
- Mistura vida pessoal e profissional completamente
- Fim de semana: algumas atendem (home care, "encaixe"), outras descansam com culpa

Na compra

- Pesquisa antes — já segue a Nutri de Consultório há meses ou anos
- Já consumiu conteúdo gratuito (lives, posts, stories)
- Muitas já compraram WebNutri como primeiro produto
- Preencheu formulário ou agendou call quando sentiu "esse é o momento"
- Precisa de empurrão emocional — não fecha por análise racional, fecha por identificação
- Dá nota 10/10 na call mesmo quando não tem dinheiro
- Prefere parcelar (10x, 12x) — comprometer pouco por mês é mais palatável
- Frequentemente precisa "consultar marido/noivo" antes de fechar

Na ANC (pós-compra)

- Engaja forte nos primeiros dias — consome aulas, preenche formulários, manda mensagem
- Executa quando recebe tarefa clara e específica
- Precisa de cobrança constante (sem cobrança, para de executar)
- Muito grata quando recebe ajuda — verbaliza gratidão frequentemente
- Dificuldade com constância a longo prazo (precisa de acompanhamento contínuo)

15. SINTOMAS QUE ENFRENTA

Sintomas do negócio

- Faturamento abaixo de R\$5k/mês com oscilação brutal
- Vende consulta avulsa quando deveria vender PDA
- Leads que pedem preço e somem (sem processo de qualificação)
- Agenda irregular — dias cheios seguidos de dias vazios
- Sem controle financeiro (não sabe margem, custo, lucro real)
- Pacientes que não renovam (sem follow-up, sem processo de retenção)
- Instagram parado ou sem resultado
- Depende 100% de indicação para captar
- Custos fixos comem boa parte do faturamento (clínica 30-40%, coworking, deslocamento)
- Nenhum produto escalável — 100% do faturamento depende da presença dela

Sintomas pessoais

- Insegurança constante ("será que eu sou boa o suficiente?")
- Sensação de estagnação ("faço de tudo e não saio do lugar")
- Comparação com nutricionistas que parecem "estar melhor"
- Culpa por não conseguir viver 100% da nutrição
- Solidão profissional — não tem com quem falar sobre o negócio
- Exaustão de fazer tudo sozinha (atender + cobrar + postar + planejar)
- Vergonha de cobrar — ansiedade antes de falar preço
- Desânimo pós-tentativa frustrada (mentoria anterior, social media, curso)

16. CRENÇAS

Crenças EMPODERADORAS (que ajudam no fechamento)

- "Eu sei que posso mais" — não se conforma com o faturamento atual
- "Eu tenho certeza que eu vou ter o retorno" — acredita que investir em si funciona
- "Se eu tiver direção, eu executo" — reconhece que o problema é falta de método, não de capacidade
- "Investimento em conhecimento sempre vale a pena" — mentalidade de crescimento
- "Eu não tenho medo de atender" — confiança técnica existe, o gap é comercial

Eu tenho certeza que eu vou ter o retorno

— **Shahira "Eu não tenho medo de atender, na faculdade atendi umas 60 pessoas em 6 meses" — Shahira**

Crenças LIMITANTES

- "Na minha cidade as pessoas não pagam caro" — crença universal que justifica preço baixo
- "Será que as pessoas vão comprar um plano desse valor?" — dúvida sobre o valor do próprio trabalho
- "Retorno é diferente de consulta" — nomenclatura médica que desvaloriza o acompanhamento
- "Se eu aumentar o preço, vou perder paciente" — medo desproporcional à realidade
- "Eu preciso de mais seguidores antes de vender" — confunde audiência com conversão
- "Se fosse para jogar no ChatGPT eu fazia sozinha" — desconfiança pós-trauma de mentoria ruim
- "Mentoria é tudo igual" — generaliza a experiência ruim anterior
- "Eu preciso ter tudo perfeito antes de começar" — perfeccionismo paralisante
- "Meu trabalho não vale tanto assim" — síndrome do impostor disfarçada de humildade

17. COMO ELA FALA (Linguagem e jargões)

Palavras e expressões comuns

- "Retorno" (em vez de consulta de acompanhamento — linguagem do médico, não de negócio)
- "Dieta" (em vez de plano alimentar ou estratégia)
- "Pacote" (em vez de plano de acompanhamento — desvaloriza)
- "Paciente" (nunca "cliente" — mindset clínico, não empresarial)
- "Nicho" (sabe o termo mas muitas não definiram o seu)
- "Investimento" (usa pra se referir à ANC — aprendeu nas lives/calls)
- "Direcionamento" (palavra mais usada quando perguntam o que falta)
- "Constância" (sabe que precisa mas não consegue manter)
- "Prática" (quer sair da teoria — "já estudo demais, preciso aplicar")

Frases exatas sobre a dor

- "Tudo que eu ganho eu pago de conta pra poder trabalhar"
- "As pessoas só querem saber preço e somem"
- "Investiram R\$6k e jogaram meu perfil no ChatGPT"
- "Eu cobro metade dos meus concorrentes e o paciente ainda acha caro"
- "Eu não sei o que fazer com esses pacientes que eu já atendo"
- "De 10 pessoas que eu faço a call, uma compra"
- "Nunca fiz planilha financeira"
- "De post não vem ninguém"

Frases exatas sobre o desejo

- "Meu sonho era ter uma venda por dia"
- "Vale o meu sonho de vida"
- "É uma esperança, é um Norte"
- "Já estou com a faca e o queijo na mão, agora só falta colocar em prática"
- "Ser um modelo pronto de alguém que já fez e deu certo"

Frases exatas na objeção

- "Eu realmente não consigo agora nesse momento"
- "Eu não acredito muito nesses números"
- "Eu achei bem interessante, bem bacana" (sinal de não-fechamento — elogia mas não compra)
- "Nossa, a gente dá um medo, né?" (mas às vezes fecha mesmo assim)

Frases exatas na decisão

- "Fica viável, é um investimento que vai trazer uma outra realidade"
- "Eu vou querer fazer parcelado"
- "Nota 10, com certeza" — padrão recorrente
- "Se Deus quiser"

| 18. LUGARES QUE FREQUENTA

Presenciais

- Coworking de saúde (onde atende)
- Clínicas multidisciplinares (divide sala com outros profissionais)
- Academias (como profissional que atende lá ou como aluna)
- Congressos de nutrição (eventos da faculdade, simpósios regionais)
- Feiras de saúde e nutrição (locais/regionais)
- Farmácias de manipulação (parceiras para prescrição)
- Supermercado (às vezes faz "tour de compras" com paciente)
- Casa do paciente (home care)

Digitais

- Instagram (consome mais do que produz)
- WhatsApp (vive no WhatsApp — pessoal, comercial, tudo junto)
- Canva (tenta fazer artes mas não tem habilidade/tempo)
- YouTube (assiste aulas, vídeos de nutrição, mentorias)
- Área de membros da NC (quando é aluna)
- Google (pesquisa receitas, protocolos, planilhas)

| 19. GRUPOS QUE FAZ PARTE

- Grupo de WhatsApp da faculdade (colegas de turma)
- Grupo de pós-graduação (quando faz)
- Grupo de nutricionistas da cidade/estado
- Grupos de cursos que comprou (mentorias anteriores, WebNutri)
- Grupos de desafio fitness (como participante, não organizadora)
- Grupo familiar no WhatsApp
- Grupo do ANC (quando entra — comunidade de alunas)
- Nenhum grupo de networking empresarial (não se vê como empresária)

20. PERFIS QUE SEGUE NAS REDES SOCIAIS

Nutrição e negócios

- @nutrideconsultorio (Letícia — já conhece, segue há meses/anos)
- Nutricionistas "grandes" do Instagram (admira de longe, não interage)
- Colegas de faculdade/pós que postam conteúdo (compara, às vezes com inveja)
- Felipe Testoni / Nutri no Front (algumas já foram alunas)
- Concorrentes locais (acompanha pra ver preço e conteúdo)

Estilo de vida

- Perfis de receitas saudáveis
- Influenciadoras fitness
- Perfis de organização/produtividade
- Perfis de empreendedorismo feminino (consome mas não aplica)

Negócios e empreendedorismo

- Ícaro de Carvalho / Novo Mercado (algumas já tentaram)
- Perfis de marketing digital (consome passivamente)
- Perfis de desenvolvimento pessoal / mindset

21. PROBLEMAS QUE ELA AINDA NÃO ENXERGA

- Que a consulta avulsa é a forma mais ineficiente de monetizar seu tempo
- Que cobrar menos não atrai mais paciente — atrai paciente pior (que questiona tudo e abandona)
- Que o custo real de atender em clínica com 30-40% de repasse é maior do que ela imagina
- Que ela está subsidiando o consultório com trabalho gratuito (WhatsApp fora de hora, plano alimentar em casa)
- Que "indicação" não é estratégia de captação — é consequência de bom atendimento que ela não controla
- Que o Instagram dela não converte porque ela não tem oferta clara, não porque o algoritmo é ruim
- Que mandando preço por WhatsApp sem qualificação ela está se autossabotando
- Que os entregáveis iguais entre planos empurram o paciente pro mais barato
- Que ela já tem pacientes suficientes pra aumentar faturamento 2-3x — só precisa converter pra PDA
- Que a insegurança pra cobrar mais caro é inversamente proporcional à qualidade do que ela entrega
- Que ela trabalha mais horas que um médico e ganha menos que um estagiário
- Que o "modelo pronto" que ela busca já existe — ela só precisa seguir o passo a passo

22. MÉTODOS QUE ELA AINDA ACREDITA (e que a ANC corrige)

- "Vou postar mais e os pacientes vão aparecer" (sem oferta clara, não adianta postar)
- "Preciso de mais seguidores pra vender mais" (precisa converter os que já tem, não crescer audiência)
- "Vou dar desconto pra fidelizar" (treina o paciente a esperar desconto sempre)
- "Consulta avulsa é a porta de entrada" (sim, mas sem processo de conversão pra PDA, é só porta)
- "Se eu entregar muito na primeira consulta, o paciente volta" (não — ele sai "resolvido" e some)
- "Preciso de mais um curso/pós/certificação pra cobrar mais caro" (o problema não é técnico)
- "Se o paciente não fechar na hora, vai fechar depois" (sem follow-up, nunca mais volta)
- "Preço justo é o que eu consigo pagar se fosse a paciente" (precificação por projeção pessoal, não por valor)
- "Trabalhar em mais lugares = mais pacientes" (fragmenta o tempo e dilui a qualidade)
- "Eu vou crescer sozinha, é só questão de tempo" (está no mesmo faturamento há meses/anos)
- "Parceria com clínica pagando 30-40% é normal" (é exploração disfarçada de oportunidade)

23. O QUE A FAZ FECHAR A ANC (fatores decisivos)

Em ordem de importância

1. Identificação com as dores apresentadas na live/call ("me identifiquei com muitas dores minhas")
2. Confiança na Letícia como alguém que já passou pelo mesmo caminho
3. Metodologia prática e estruturada — não é teoria, é passo a passo
4. Provas sociais reais: Patrícia (resultado em <24h, PDA R\$997), Camila Bonifácio (<1 semana, R\$2.400)
5. Preço acessível parcelado (10x R\$350 sem juros — "cabe no mês")
6. Garantia de 30 dias condicional (vender 4 PDAs trimestrais ou devolve)
7. Consultora individualizada (Isabela, seg-sex no WhatsApp — não é grupo de 500)
8. Promessa tangível: "Resultados na primeira semana (ou primeiro dia)"
9. Formato prático: metodologia gravada + acompanhamento ao vivo + templates + planilhas
10. Já ser aluna do ecossistema NC (WebNutri como primeiro degrau)

O que a impede de fechar

1. Trauma de mentoria anterior (já pagou caro e não teve resultado — medo de repetir)
2. Parcelas de curso anterior ainda ativas (não pode assumir mais uma parcela)
3. Falta de limite no cartão / saldo insuficiente
4. Necessidade de consultar marido/noivo/pai (nem sempre é desculpa — às vezes é real)
5. Desconfiança nos números/promessas ("eu não acredito muito nesses números")
6. Primeiro contato com a marca (sem histórico de confiança)

24. DOIS SEGMENTOS DENTRO DO ICP

Segmento A: "Iniciante estruturada" (maioria — ~60%)

- Formada há 1-3 anos ou recém-saída de plantão/CLT
- Fatura R\$0-2k/mês (ou nada — está começando)
- Tem poucos pacientes, todos avulsos
- Precisa de: primeiro PDA, precificação, captação básica, confiança
- Fecha mais por desespero/necessidade
- ROI mais rápido (sai do zero com ajustes básicos)
- Objeção: dinheiro real (não tem)

Segmento B: "Veterana estagnada" (~40%)

- Formada há 4-10+ anos
- Fatura R\$2-5k/mês de forma instável
- Tem pacientes mas não consegue escalar
- Já tentou mentoria/curso anterior e se decepcionou
- Precisa de: reestruturação de preços, PDA bem desenhado, conversão, processo de vendas
- Fecha com mais resistência (trauma + "será que é diferente das outras?")
- ROI significativo (reajuste de preço + PDA estruturado muda tudo em semanas)
- Objeção: confiança (já se queimou)

25. PERFIL RELACIONAL

Relação com dinheiro

- Não investe em si com facilidade — cada gasto é calculado
- Parcela tudo: mentoria, equipamento, até panelas
- Muitas dependem financeiramente do marido/noivo/pai para investimentos maiores
- Quando investe, espera retorno rápido e tangível (não aceita "investimento de longo prazo")
- Confusão patrimonial: mistura pessoal com PJ (quando tem PJ)
- Não sabe quanto ganha de verdade, quanto gasta, quanto sobra

Eu comprei panelas e zerei minha conta

— **Shahira**

Relação com marido/noivo/família

- Metade precisa consultar marido/noivo antes de fechar
- Muitas vezes o marido/noivo é quem "libera" o cartão
- A família nem sempre entende o que ela faz ("mandam link de emprego achando que nutrição não é estável")
- Quando o marido apoia, fecha mais rápido
- Quando o marido questiona, ela desiste (precisa de argumento pronto pra convencer ele)

Relação com autoridade/mentores

- Respeita quem já passou pelo que ela está passando (Letícia como espelho)
- Desconfia de gurus de marketing que nunca atenderam paciente
- Quer acompanhamento próximo, não curso gravado de 200 aulas
- Valoriza resposta rápida no WhatsApp mais do que conteúdo sofisticado
- Quando confia, é extremamente leal e grata

26. RESUMO EM UMA FRASE

A cliente ideal da ANC é uma nutricionista de 25-35 anos que fatura R\$1-4k/mês atendendo em coworking ou clínica, depende 100% de indicação, não sabe vender PDA, nunca fez planilha financeira, tem medo de cobrar mais caro, e está procurando alguém que dê o passo a passo exato de como transformar o consultório num negócio que sustenta ela — não precisa de mais conhecimento técnico, precisa de método, estrutura, confiança, e alguém que acompanhe e cobre execução.

PARTE 2: INTERPRETAÇÃO

Quem é a nutricionista que VAI comprar ANC?

A. O PADRÃO QUE PREVÊ A COMPRA

Existe um padrão claro que separa quem compra de quem não compra. Não é faturamento, não é idade, não é cidade. São 5 sinais preditivos:

Sinal 1: Ela está num ponto de dor aguda

A ANC não é compra de crescimento — é compra de sobrevivência. A nutricionista não compra porque quer escalar de R\$5k pra R\$15k. Ela compra porque está no zero a zero (ou negativo) e precisa de uma saída. Quanto maior a dor, mais rápida a decisão.

Implicação prática: Na comunicação, não falar de "próximo nível" ou "escalar". Falar de "parar de ficar no zero a zero", "ter previsibilidade", "sair da estagnação". A dor é existencial, não aspiracional.

Sinal 2: Ela já consome conteúdo da NC há meses

A ANC não é venda de primeiro contato. É colheita de uma relação construída com conteúdo gratuito ao longo de meses. O Instagram, as lives, os stories — tudo isso planta a semente. A call/formulário é só a colheita. A maioria já conhece a Leticia há mais de 6 meses. Cerca de 29% seguem há mais de 1 ano. Apenas 8% são contatos recentes.

Implicação prática: Investir em conteúdo constante e autêntico é o melhor investimento de longo prazo para a ANC. A nutricionista que vai comprar daqui a 6 meses está assistindo os stories de hoje.

Sinal 3: Ela já comprou pelo menos 1 produto NC

Cerca de 33% já tinham WebNutri. Mais de 10% tinham mais de 1 produto. A progressão WebNutri -> ANC é o funil natural. O WebNutri funciona como qualificador e construtor de confiança. Quem comprou WebNutri e usou, já sabe que o método funciona. A resistência "mentoria é tudo igual" cai quando ela já experimentou algo menor da mesma marca.

Implicação prática: WebNutri é o front-end do funil. A melhor lista de prospects para ANC é a base de alunas WebNutri que ainda não subiram.

Sinal 4: Ela verbaliza a dor com emoção (não com lógica)

As que fecham usam palavras emocionais: "desespero", "sonho de vida", "esperança", "Norte". As que não fecham usam palavras racionais: "interessante", "bacana", "preciso analisar".

Quando ela fala com emoção, a decisão já está tomada no inconsciente. O racional (preço, parcelas, timing) é só obstáculo logístico a resolver. Quando ela fala com distância analítica ("achei bem interessante"), está dizendo educadamente que não vai comprar.

Implicação prática: Na call de vendas, prestar atenção na temperatura emocional. Se ela falar "é o meu sonho", fechar. Se ela falar "achei bacana", provavelmente não vai converter.

Sinal 5: Ela se autodescreve como "executora que precisa de direção"

Os perfis dominantes são Analítica (16%), Detalhista (13%), e Executora (9%). "Direcionamento" é a palavra mais repetida nos primeiros dias.

Ela não é preguiçosa. Ela é o tipo que faz — mas só quando sabe O QUE fazer. O problema nunca é falta de vontade. É falta de mapa. Quando alguém diz "faz isso, agora, assim", ela faz. Quando está sozinha, paralisa.

Implicação prática: A ANC precisa ser vendida como DIREÇÃO, não como CONTEÚDO. Não é "você vai aprender X". É "você vai saber exatamente o que fazer amanhã de manhã".

B. QUEM COMPRA vs QUEM NÃO COMPRA

Perfil da COMPRADORA

Característica	Detalhe
Tempo de NC	Segue há 6+ meses
Faturamento	R\$1-5k (instável, precisa mudar)
Dor	Aguda — verbaliza com emoção
Decisão	Precisa de empurrão mas tem disposição real
Objecção real	Financeira (parcelas, cartão) — resolúvel
Frase-chave	"Nota 10", "vale o meu sonho de vida"
Energia na call	Emocionada, se identifica, faz perguntas pessoais
Pós-call	Fecha na hora ou com sinal/entrada no mesmo dia

Perfil da NÃO COMPRADORA

Característica	Detalhe
Tempo de NC	Variável (pode conhecer há tempo)
Faturamento	Variável (não é o fator decisivo)
Dor	Presente mas distanciada — fala com razão, não com emoção
Decisão	"Preciso pensar", "preciso analisar" — genuíno, não desculpa
Objecção real	Financeira estrutural (parcelas anteriores, sem limite) OU desconfiança (trauma)
Frase-chave	"Achei bem interessante", "não acredito muito nesses números"
Energia na call	Interessada mas contida, analítica
Pós-call	Elogia mas não fecha

A diferença crucial

A compradora tem uma DOR que a ANC resolve e CONFIANÇA de que vai funcionar. A não compradora tem a dor mas não tem a confiança (trauma) OU tem a confiança mas não tem o dinheiro (estrutural). Quando falta UM dos dois, não fecha.

C. OS 3 GATILHOS DE COMPRA (em ordem)

Gatilho 1: "Eu me vi nela"

Identificação com a história da Letícia ou com os depoimentos de alunas. Quando ela ouve uma aluna contando uma dor que é EXATAMENTE a dela, a decisão começa a se formar. A live secreta é o momento mais poderoso pra isso.

Gatilho 2: "Resultado rápido e tangível"

A promessa de "resultado na primeira semana (ou primeiro dia)" não é hipérbole — é prova social documentada. Patrícia montou PDA de R\$997 em menos de 24 horas. Camila Bonifácio fez R\$2.400 na primeira semana. Isso destrói a objeção "mentoria demora pra dar resultado". As provas sociais mais eficazes são as de VELOCIDADE, não de volume. "R\$997 em 24 horas" converte mais que "R\$50k em 6 meses".

Gatilho 3: "Não vou estar sozinha"

A consultora individualizada (Isabela, seg-sex no WhatsApp) é o diferencial que separa a ANC de toda mentoria anterior que ela fez. Não é grupo de 500. Não é "manda um e-mail". É "manda mensagem pra Isa e ela te responde hoje". Isso cura o trauma de "jogaram meu perfil no ChatGPT". O antídoto é o acompanhamento humano e próximo.

D. O MOMENTO EXATO DA DECISÃO

O momento da decisão acontece quando ela fala uma frase que revela aceitação emocional:

"Nota 10, com certeza."

Variações:

- "Fica viável, é um investimento que vai trazer uma outra realidade" — Paola
- "Vale o meu sonho de vida" — Paola
- "É uma esperança, é um Norte" — Ana Clara
- "Eu tenho certeza que eu vou ter o retorno" — Shahira
- "Eu vou querer fazer parcelado" — Jéssica (já decidiu, está resolvendo logística)
- "Nossa, a gente dá um medo, né?" — Emilly (verbaliza o medo mas fecha mesmo assim)

Quando ela diz essa frase, já decidiu. O que falta é resolver a logística (cartão, parcelas, marido). Se nesse momento a consultora flexibiliza pagamento e reforça garantia, ela fecha.

O erro seria: não perceber essa frase e continuar argumentando. Quando ela diz "nota 10", PARA de vender e começa a fechar. Pergunta: "Como fica melhor pra você? 10x ou 12x?"

O sinal de NÃO-compra: quando ela elogia sem emoção. "Eu achei bem interessante, bem bacana". Isso é educação, não decisão. Quanto mais genérico o elogio, menor a chance de fechar.

E. A NUTRICIONISTA QUE VAI COMPRAR ANC (retrato final)

Ela é uma nutricionista de 25-33 anos numa cidade média ou interior. Atende em coworking alugado por hora, ou numa sala dentro de clínica que fica com 30-40% do que ela ganha. Fatura R\$1-4k/mês — nos meses bons. Nos meses ruins, fica no zero a zero.

Ela sabe atender. Na consulta, é boa. Os pacientes que passam por ela gostam, indicam amigos, voltam. O problema não é clínico. O problema é tudo que vem antes e depois da consulta: captar, vender, precificar, cobrar, fidelizar, organizar.

Ela nunca aprendeu nada disso. A faculdade ensinou bioquímica e anatomia, não como montar um PDA de R\$997 e apresentar pro paciente sem medo. Então ela cobra R\$180 na avulsa, torce pra o paciente voltar, e no final do mês percebe que mal pagou o coworking.

Ela já segue a Letícia há meses. Assistiu lives, viu stories, talvez comprou a WebNutri. Quando viu a oportunidade da ANC, sentiu que era "uma esperança, um Norte". Preencheu o formulário, fez a call, e na hora H ficou com medo. Medo porque já investiu em mentoria antes e não deu em nada. Medo porque R\$350/mês pesa no orçamento. Medo porque vai ter que pedir pro noivo "liberar" o cartão.

Mas ela fecha. Fecha porque a dor de continuar onde está é maior que o medo de investir. Fecha porque ouviu que a Patrícia montou o PDA de R\$997 no primeiro dia. Fecha porque a Isabela vai estar no WhatsApp dela toda semana, e isso é diferente de tudo que ela já tentou. Fecha porque quando a consultora perguntou "de 0 a 10, o que você achou?", ela respondeu "10, com certeza" — e naquele momento, já tinha decidido.

O que impede ela de fechar é: parcelas de mentoria anterior ainda ativas, cartão sem limite real, trauma de investimento que não retornou, ou desconfiança genuína ("eu não acredito muito nesses números").

Em uma frase: A compradora da ANC é a nutricionista que sabe atender mas não sabe empreender, fatura R\$1-4k/mês de forma instável, precisa de método pronto + acompanhamento próximo + confiança pra cobrar o que vale, e fecha quando sente que finalmente encontrou alguém que entende a dor dela e tem o mapa pra sair dela.

27. PROCESSO DE DECISÃO (como a call de vendas funciona)

Como ela chega até a ANC

1. Segue @nutrideconsultorio no Instagram há meses (consome conteúdo, se identifica)
2. Assiste live secreta ou live de lançamento (momento de identificação máxima)
3. Preenche formulário de aplicação (auto-seleção de quem está com dor)
4. Recebe ligação/mensagem da equipe comercial
5. Faz call de diagnóstico/vendas

O que acontece na call de vendas (passo a passo)

1. Abertura pessoal: nome, cidade, nicho, como conheceu a NC
2. Diagnóstico do negócio: quantos pacientes, faturamento, estrutura de planos, precificação
3. Identificação de gaps: "o problema não é que você é ruim — é que ninguém te ensinou a parte de negócios"
4. Prova social: Patrícia (R\$997 em <24h), Camila Bonifácio (R\$2.400 em <1 semana)
5. Apresentação da ANC: metodologia + consultora individual + grupo + tutorias + ferramentas
6. Preço: ~R\$3.500 (10x R\$350 sem juros) ou entrada R\$1.500 (12x sem juros) + 10x R\$250
7. Preço cheio: R\$5.997 (12x R\$600) — âncora pra mostrar desconto
8. Garantia: 30 dias condicionais (vende 4 PDAs trimestrais ou devolve)
9. Pergunta de fechamento: "De 0 a 10, o que você achou?"
10. Se nota alta: "Como fica melhor pra você?"
11. Se objeção: flexibilizar pagamento, reforçar garantia, oferecer falar com marido
12. Se não fecha: follow-up no dia seguinte

Tempo médio de decisão

- Na hora: ~50%
- No mesmo dia (com sinal/entrada): ~20%
- Não fecharam: ~30% (objeção financeira real ou desconfiança)

Quem influencia a decisão

- Marido/noivo: metade precisa "consultar" — às vezes é real, às vezes é defesa
- Pai (quando muito jovem): usa cartão do pai
- Amigas nutricionistas que já são alunas: influência forte quando existe
- A Letícia em si (conteúdo) é a maior influenciadora — a call comercial só colhe o que o conteúdo plantou

| 28. OBJEÇÕES E COMO QUEBRAR (detalhado)

Objeção #1: "Preciso consultar meu marido/noivo" (a mais comum)

O que ela realmente quer dizer: "Tenho medo de decidir sozinha" + "Ele controla o cartão/finanças"

Como quebrar:

- Oferecer falar com ele: "Posso ligar pra ele, explicar direto?"
- Reforçar que é investimento com retorno: "Mostra pra ele os números da Patrícia"
- Dividir em parcelas menores: "R\$350/mês, menos que uma consulta por mês dela"
- Em último caso: dar prazo curto ("conversa com ele hoje à noite, me dá retorno amanhã")

Objecção #2: "Não tenho dinheiro/limite no cartão" (muito frequente)

O que ela realmente quer dizer: Pode ser real OU pode ser defesa

Como diferenciar: Se ela deu nota 10 e tá com olho brilhando, é logístico. Se deu nota 7-8 e tá distante, é desinteresse disfarçado.

Como quebrar (quando é real):

- Dividir em 2 cartões: "Coloca metade num e metade no outro"
- PIX de entrada menor + parcelas menores
- Começar no mês que vem (não perde a vaga, alivia o mês)
- NUNCA dar desconto no preço — flexibilizar FORMA, não VALOR

Objecção #3: "Trauma de mentoria anterior" (frequente)

O que ela realmente quer dizer: "Já me ferrei pagando caro por algo que não funcionou — por que seria diferente?"

Como quebrar:

- Validar o trauma: "Faz sentido você ter medo. Eu também ficaria"
- Diferenciar: "Aquela mentoria jogou teu perfil no ChatGPT. Aqui a Isa tá no teu WhatsApp todo dia"
- Prova social de aluna que TAMBÉM tinha trauma: mostrar caso de aluna que veio de mentoria ruim
- Garantia de 30 dias: "Se em 30 dias você sentir que é mais do mesmo, devolvemos"

Se fosse para jogar no ChatGPT eu fazia sozinha

— Milena

Objecção #4: "Ainda estou pagando parcelas do outro curso"

O que ela realmente quer dizer: Objecção real — orçamento já comprometido

Como quebrar:

- Iniciar quando as parcelas acabarem: "Quando acaba? Junho? Beleza, a gente começa em julho"
- Mostrar que esperando ela PERDE dinheiro: "Cada mês que você fica sem PDA estruturado são R\$X que você deixa de ganhar"
- Ajustar entrada: menor entrada agora, parcelas maiores depois

Objeção #5: "Eu não acredito muito nesses números"

O que ela realmente quer dizer: Desconfiança profunda — provavelmente não vai fechar

Como quebrar:

- Mostrar que os números são de alunas REAIS, não teóricos
- Oferecer contato direto com alunas: "Manda mensagem pra Patrícia, pergunta se é verdade"
- Ser honesto: "Não é magia. É método. Se você seguir o passo a passo, funciona. Se não seguir, não funciona"
- Se ela continuar cética: respeitar e não forçar. Essa lead precisa de mais tempo de conteúdo antes de converter

29. PERFIL PSICOLÓGICO (detalhado)

Traço dominante: ANALÍTICA insegura que quer ser EXECUTORA

- Pensa muito, analisa muito, planeja muito — mas não executa
- A insegurança paralisa mais do que a falta de conhecimento
- Quando recebe "permissão" pra agir (mentoria, consultora), executa com rapidez surpreendente
- Não é preguiçosa — é sobrecarregada, confusa, e sem confiança
- O perfeccionismo é defesa: "se eu não começar, não posso falhar"

Padrão emocional

- Ansiosa com o futuro financeiro (medo constante de "ter que voltar pra CLT")
- Culpa por não estar onde "deveria" (formou, fez pós, e ganha R\$2k)
- Compara com colegas que "estão melhor" (mesmo quando não sabe o real da outra)
- Gratidão profunda e genuína quando recebe ajuda real — se emociona
- Solidão profissional aguda — ninguém na vida dela entende o negócio
- Oscila entre esperança ("vai dar certo") e desespero ("nunca vai mudar")
- Sabe que o problema é de negócios, não de nutrição, mas não sabe como resolver

Relação com dinheiro

- Escassez é a mentalidade predominante: cada R\$50 pesa
- Parcela tudo — inclusive o investimento na ANC
- Não se vê merecedora de cobrar caro (projeção: "se eu não pagaria, ninguém paga")
- Quando calcula quanto ganha por hora, se choca e se revolta
- O medo de gastar é maior que o medo de continuar estagnada — por isso precisa de empurrão emocional
- Dinheiro = segurança emocional, não status

Relação com autoridade

- Respeita quem já fez o que ela quer fazer (Leticia é o espelho perfeito)
- Desconfia de gurus que vendem fórmula mágica sem prática clínica
- Quer ser tratada como igual, não como subordinada
- Valoriza transparência: "me diz a verdade, não me vende sonho"
- Quando confia, é extremamente leal — fica no ecossistema por anos
- A autodescrição dominante é analítica (16%), seguida por detalhista (13%), executora (9%), comunicativa (7%), dominante (7%) e criativa (5%). O comprometimento declarado é alto (52% se dão nota 5/5), embora a execução real dependa de acompanhamento. Cerca de 22% ainda complementa renda com outra atividade, enquanto 35% já vive 100% da nutrição — a ANC é o caminho para as demais chegarem lá

30. O QUE A ANC RESOLVE (primeiras 4 semanas)

Ajustes imediatos (geram resultado em 1-7 dias)

- Estruturar o primeiro PDA real (trimestral com entregáveis diferenciados)
- Precificar corretamente: sair de R\$180 avulsa pra R\$250 + trimestral R\$697-997
- Montar a apresentação de planos (layout comparativo, parcela em destaque, semestral destacado)
- Tirar "retorno" do vocabulário — trocar por "consulta de acompanhamento"
- Reativar pacientes inativos (mensagem simples de reativação via WhatsApp)
- Trocar bio do Instagram (tirar CRN, colocar CTA clara)
- Script básico de WhatsApp (qualificação + apresentação de plano)

Ajustes de curto prazo (1-4 semanas)

- Implementar rotina de captação (não depender só de indicação)
- Definir horários de atendimento (acabar com "atendo quando aparece")
- Criar follow-up estruturado (paciente que pediu preço e sumiu)
- Começar a preencher planilha de controle (leads, conversão, faturamento)
- Avaliar se faz sentido continuar em cada local de atendimento (custo vs. retorno)
- Separar conta PJ de pessoal
- Definir nicho (parar de "atender de tudo")

Ajustes de médio prazo (1-3 meses)

- Ter esteira mínima funcionando: avulsa -> trimestral -> semestral (com diferenciação clara)
- Criar primeiro conteúdo estratégico para Instagram (não genérico)
- Implementar processo de renovação de PDA
- Fazer primeira call de vendas real (em vez de mandar preço por WhatsApp)
- Atingir R\$5k/mês consistente (meta realista para 90 dias)
- Sair de pelo menos 1 local de atendimento que não compensa
- Ter confiança para cobrar o novo preço sem culpa

Abril/2026