



A diferença entre achismo e
análise pode ser a diferença
entre crescer... ou cair.

VINICIUS DAUD

Diretor de Marketing da JD Business Academy
De engenheiro a especialista em marketing digital



- Liderou estratégias digitais que geraram mais de R\$200 milhões em faturamento
- Responsável por um dos maiores cases de busca orgânica do Brasil: Status Invest.
- Autor do livro "101 Conselhos para Começar a Investir do Jeito Certo".



ESTAMOS VIVENDO EM UMA NOVA ERA

Linha do tempo da transformação do marketing



Início da Internet

ANOS 90



Boom do Marketing Digital

2012-2014



Pandemia e Aceleração Digital

2020



Maturidade, Consolidação e IA

HOJE

ESTAMOS VIVENDO EM UMA NOVA ERA

Linha do tempo da transformação do marketing



Início da Internet

ANOS 90



Boom do Marketing Digital

2012-2014



Pandemia e Aceleração Digital

2020



Maturidade, Consolidação e IA

HOJE

MARKETING

Virou uma seara mais análitica e numérica

ANTES

Bastava ter: Anúncio Brilhante + Praça Certa

HOJE

-Criativo

-Público

-Posicionamento

-Tempo para 1a resposta

-Reuniao Agendada

-Reuniao realizada

-Taxa de conversão

-Custo de Aquisição

-Lifetime Value

-CRM

IA

ANTES Bastava ter:

Anúncio Brilhante + Praça Certa



HOJE



- Criativo -Público -Posicionamento -Tempo para 1ª resposta
- Reunião Agendada -Reunião realizada -Taxa de conversão
- Custo de Aquisição -Lifetime Value -CRM -IA

COMO TRANSFORMAR DESCONHECIDOS EM ALUNOS

Utilizando Marketing Digital
ABMES - 5 de agosto



COMO TRANSFORMAR
DESCONHECIDOS
EM ALUNOS

Utilizando Marketing Digital ABMES - 5 de agosto

**SEMPRE COMEÇAR PELOS
NÚMEROS!**

**Sempre começar
pelos números!**



MARKETING ATUAL É UM
JOGO DE ARBITRAGEM

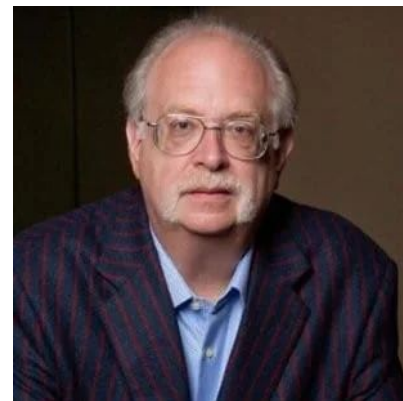
The background features a dark, semi-transparent overlay of financial data. On the left, there is a stylized bull market symbol. The rest of the background is filled with various line graphs and bar charts in shades of green, red, and white, suggesting a complex financial or marketing environment.

MARKETING ATUAL É UM **JOGO DE ARBITRAGEM**

Aquele que pode gastar
mais por cada cliente,
GANHA o jogo!

Dan Kennedy

 PENSADOR





Dan Kennedy

"Aquele que pode gastar mais
por cada cliente, **GANHA** o jogo!"



Estudo Investimento Universidades (Canais de Aquisição)

Tabela 1: Comparativo Qualitativo de Canais de Aquisição (Potencial CAC, Potencial LTV, Desafios)

Canal de Aquisição	Potencial CAC (Qualitativo)	Potencial LTV (Qualitativo)	Justificativa (CAC/LTV)	Principais Desafios
Indicação – Member Get Member	Muito Baixo	Muito Alto	Custo mínimo para alta qualificação e retenção. ▾	Requer programa estruturado e base de alunos satisfeitos.
Marketing de Conteúdo e SEO	Baixo (longo prazo)	Alto	Gera tráfego orgânico de baixo custo e constrói autoridade/fidelidade. ▾	Resultados a médio/longo prazo; exige investimento inicial em conteúdo.
Marketplaces Educacionais	Baixo a Moderado	Variável	Alto volume de leads pré-qualificados. ▾	Concorrência na plataforma; impacto da oferta no LTV líquido.
Mídias Sociais (Meta Ads, WhatsApp)	Moderado a Baixo	Alto	Alta taxa de conversão (3,01% no Meta Ads) e relacionamento direto. ▾	Exige segmentação precisa e gestão ativa de campanhas.
Convênios (Empresas, Clubes, Associações)	Baixo	Alto	Acesso a grandes grupos de potenciais alunos. ▾	Negociação de condições especiais; gestão dos convênios.

Fonte - DeepResearch Gemini utilizando 38 fontes distintas

ESTUDO INVESTIMENTO UNIVERSIDADES (CANAIS DE AQUISIÇÃO)

Tabela 1: Comparativo Qualitativo de Canais de Aquisição (Potencial CAC, Potencial LTV, Desafios)

Canal de Aquisição	Potencial CAC (Qualitativo)	Potencial LTV (Qualitativo)	Justificativa (CAC/LTV)	Principais Desafios
Indicação – Member Get Member	Muito Baixo	Muito Alto	Custo mínimo para alta qualificação e retenção. ▾	Requer programa estruturado e base de alunos satisfeitos.
Marketing de Conteúdo e SEO	Baixo (longo prazo)	Alto	Gera tráfego orgânico de baixo custo e constrói autoridade/fidelidade. ▾	Resultados a médio/longo prazo; exige investimento inicial em conteúdo.
Marketplaces Educacionais	Baixo a Moderado	Variável	Alto volume de leads pré-qualificados. ▾	Concorrência na plataforma; impacto da oferta no LTV líquido.
Mídias Sociais (Meta Ads, WhatsApp)	Moderado a Baixo	Alto	Alta taxa de conversão (3,01% no Meta Ads) e relacionamento direto. ▾	Exige segmentação precisa e gestão ativa de campanhas.
Convênios (Empresas, Clubes, Associações)	Baixo	Alto	Acesso a grandes grupos de potenciais alunos. ▾	Negociação de condições especiais; gestão dos convênios.

Fonte - DeepResearch Gemini utilizando 38 fontes distintas

Estudo Investimento Universidades (Canais Pagos)

Tabela 2: Comparativo Qualitativo de Canais de Mídia Pagos (Potencial CAC, Potencial LTV, Desafios)

Canal de Mídia Pago	Potencial CAC (Qualitativo)	Potencial LTV (Qualitativo)	Principais Vantagens	Principais Desafios
Mídias Sociais Pagas (Meta Ads)	Moderado a Baixo	Alto	Alta taxa de conversão (3,01%) e segmentação precisa. ▾	Exige segmentação precisa e gestão ativa de campanhas.
Marketplaces Educacionais	Baixo a Moderado	Variável	Alto volume de leads pré-qualificados, acesso a público com alta intenção de matrícula. ▾	Concorrência na plataforma; impacto da oferta no LTV líquido.
Anúncios Online (Google Ads)	Moderado a Alto	Variável	Taxa de conversão de 2,32%, atinge público em busca ativa. ▾	Alta concorrência; otimização contínua de campanhas.
Feiras e Eventos da Instituição	Moderado a Alto	Alto	Interação direta e construção de marca.	Alto custo de organização e logística; escalabilidade limitada. ▾
Mídia Out-Of-Home (OOH) / Outbound Marketing Tradicional	Alto	Baixo	Alcance massivo (OOH).	Baixa assertividade; dificuldade de mensuração de ROI e LTV. ▾

Fonte - DeepResearch Gemini utilizando 38 fontes distintas

ESTUDO INVESTIMENTO UNIVERSIDADES (CANAIS PAGOS)

Tabela 2: Comparativo Qualitativo de Canais de Mídia Pagos (Potencial CAC, Potencial LTV, Desafios)

Canal de Mídia Pago	Potencial CAC (Qualitativo)	Potencial LTV (Qualitativo)	Principais Vantagens	Principais Desafios
Mídias Sociais Pagas (Meta Ads)	Moderado a Baixo	Alto	Alta taxa de conversão (3,01%) e segmentação precisa. ▾	Exige segmentação precisa e gestão ativa de campanhas.
Marketplaces Educacionais	Baixo a Moderado	Variável	Alto volume de leads pré-qualificados, acesso a público com alta intenção de matrícula. ▾	Concorrência na plataforma; impacto da oferta no LTV líquido.
Anúncios Online (Google Ads)	Moderado a Alto	Variável	Taxa de conversão de 2,32%, atinge público em busca ativa. ▾	Alta concorrência; otimização contínua de campanhas.
Feiras e Eventos da Instituição	Moderado a Alto	Alto	Interação direta e construção de marca.	Alto custo de organização e logística; escalabilidade limitada. ▾
Mídia Out-Of-Home (OOH) / Outbound Marketing Tradicional	Alto	Baixo	Alcance massivo (OOH).	Baixa assertividade; dificuldade de mensuração de ROI e LTV. ▾

Fonte - DeepResearch Gemini utilizando 38 fontes distintas

FUNIL DE VENDAS

IMPRESSÕES
SESSÕES NO SITE
LEADS CAPTADOS
LEADS QUALIFICADOS
TAXA DO 1º CONTATO
PROPOSTA ENVIADAS
MATRÍCULAS

FUNIL DE VENDAS

IMPRESSÕES

SESSÕES NO SITE

LEADS CAPTADOS

LEADS
QUALIFICADOS

1º CONTATO

PROPOSTAS ENVIADAS

MATRÍCULAS

FUNIL DE VENDAS

IMPRESSÕES - > Redes Sociais, Anúncios, SEO

SESSÕES NO SITE - s

LEADS CAPTADOS - Taxa de Conversão (Landing Page)

LEADS QUALIFICADOS - % de Leads Qualificados

1o Contato - % de Contato com Sucesso (Whatsapp, Telefone ou Email)

PROPOSTA ENVIADA - % Propostas Enviadas

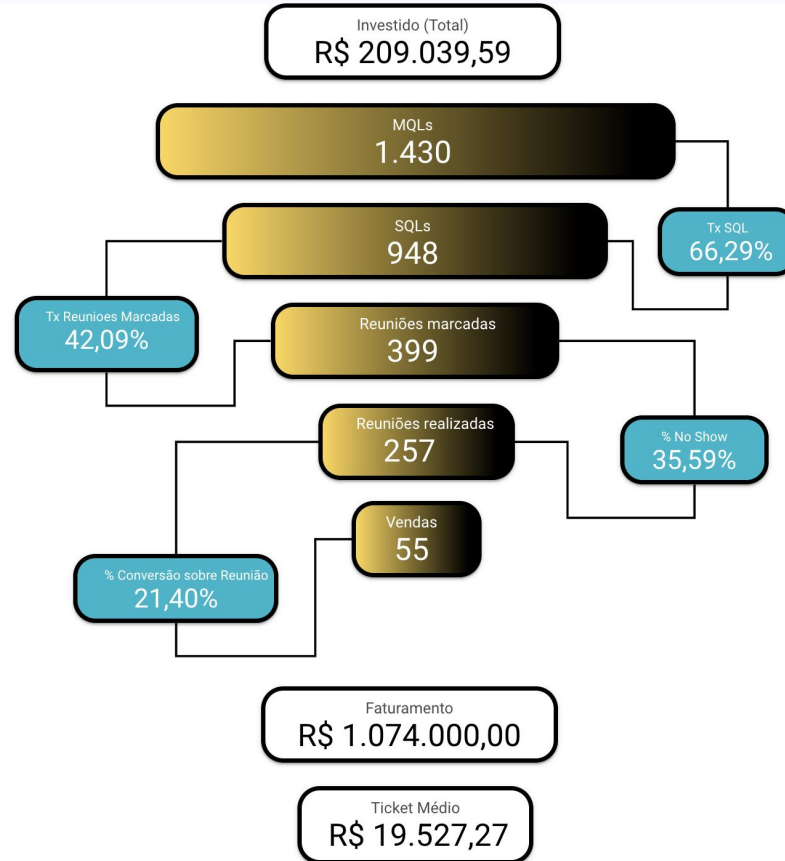
MATRÍCULAS - % Conversão



EXEMPLO JD

Redefinir

Compartilhar



EXEMPLO

JD | Janguê Diniz
**BUSINESS
ACADEMY**



ECOSSISTEMA JD BUSINESS ACADEMY



COMO OTIMIZAR CADA UMA
DAS ETAPAS?

COMO OTIMIZAR CADA UMA DAS ETAPAS?

ETAPA 1: IMPRESSÕES

Premissa - Ter pleno entendimento do seu público-alvo.

Como? - Pesquisa quantitativa e qualitativa com a base de alunos.

Redes Sociais Anúncios SEO

ETAPA 1: IMPRESSÕES

Premissa:

Ter pleno entendimento do seu público-alvo.

Como?

Pesquisa quantitativa e qualitativa com a base de alunos.

Redes Sociais | Anúncios | SEO



EXEMPLO PRÁTICO - CLAUDE AI

CSE Audience Research Analysis ▾

Carimbo de data/hora
Nome Empresa Quantos anos tem sua empresa? *Em qual setor da economia seu negócio atua principalmente? (Considere o principal) [PASTED] de 1 a 100

VD faz uma análise dessa pesquisa e me de insights sobre o publico

Vou analisar essa pesquisa sobre o público do CSE (Código Secreto Empresarial) para extrair insights valiosos sobre o perfil dos participantes.

Análise do Público CSE - Insights e Perfil dos Participantes Documento

Insights Adicionais Importantes:

- 🔴 **Público Ultra-Qualificado:** Este não é um público iniciante. São empresários com track record comprovado buscando aceleração, não educação básica.
- 🏆 **Poder Aquisitivo Elevado:** A presença de nichos premium (relógios suíços, agenciamento marítimo com 145 anos) indica alta capacidade de investimento.
- 🚀 **Momento de Inflexão:** 60% buscam captação de recursos, sugerindo que estão em pontos de crescimento que demandam capital externo.
- 👉 **Network-Driven:** A qualidade e diversidade dos nichos representa uma oportunidade única de cross-selling e parcerias entre os próprios participantes.
- ⚡ **Urgência Real:** Os objetivos são específicos e com prazo (3 meses), indicando que não buscam apenas conhecimento, mas resultados práticos imediatos.

Este perfil representa uma oportunidade premium para o CSE posicionar-se como acelerador de alto nível, não apenas educador, criando um ambiente de networking qualificado entre empresários consolidados.

v1

Copiar ▾

Publicar

- **Scale-ups:** 40% entre 1-10 anos, indicando empresas em fase de crescimento
- **Média geral:** Aproximadamente 19+ anos de experiência

Distribuição Setorial

- **Sector Terciário:** 73% (11 empresas) - Serviços, comércio, saúde, educação
- **Sector Secundário:** 13% (2 empresas) - Indústria e transformação
- **Sector Primário:** 7% (1 empresa) - Agricultura
- **Multissetorial:** 7% (1 empresa) - Atuação diversificada

2. Nichos de Mercado Representados

Clusters Principais

1. **Saúde e Bem-estar:** Dermatologia, clínica multidisciplinar, alimentos saudáveis
2. **Serviços Especializados:** Agenciamento marítimo, pesquisa de mercado, contabilidade
3. **Construção e Manutenção:** Construção civil, elevadores, oficinas automotivas
4. **Educação e Treinamento:** Robótica educacional, treinamento cirúrgico
5. **Produtos Premium:** Relógios suíços, cosméticos, produtos agrícolas orgânicos

3. Demandas de Conhecimento (Top Temas)

Ranking de Interesse

1. **Comercial** (73% - 11 empresas): Vendas, funil, prospecção, fechamento
2. **Captação de Recursos** (60% - 9 empresas): Investidores, fusões, pitch
3. **Marketing Digital** (53% - 8 empresas): Branding, copywriting, tráfego
4. **Gente & Gestão** (53% - 8 empresas): Liderança, recrutamento, performance
5. **Finanças** (40% - 6 empresas): Precificação, fluxo de caixa, margem
6. **Inteligência Artificial** (40% - 6 empresas): Aplicações práticas

4. Objetivos e Expectativas

Palavras-chave Dominantes

- **"Escalar/Escalabilidade":** Mencionado por 40% dos respondentes

Responder ao Claude...

+ 🔍 Pesquisa

Claude Sonnet 4 ▾

EXEMPLO PRÁTICO - CLAUDE AI

CSE Audience Research Analysis

Carimbo de data/hora
Nome Empresa Quanto
avisu tem sua empresa?
"Em qual setor de
economia seu negócio
está principalmente?"
(Considere a principal)
PASTED

VD faz uma análise dessa pesquisa e me de insights sobre o público

Vou analisar essa pesquisa sobre o público do CSE (Código Secreto Empresarial)
para extrair insights valiosos sobre o perfil dos participantes.

Análise do Público CSE - Insights e Perfil dos Participantes
Documento

Insights Adicionais Importantes:

- 🔴 **Público Ultra-Qualificado:** Este não é um público iniciante. São empresários com track record comprovado buscando aceleração, não educação básica.
- 🏆 **Poder Aquisitivo Elevado:** A presença de nichos premium (relógios suíços, agenciamento marítimo com 145 anos) indica alta capacidade de investimento.
- 📈 **Momento de Inflexão:** 60% buscam captação de recursos, sugerindo que estão em pontos de crescimento que demandam capital externo.
- 👥 **Network-Driven:** A qualidade e diversidade dos nichos representa uma oportunidade única de cross-selling e parcerias entre os próprios participantes.
- ⚡ **Urgência Real:** Os objetivos são específicos e com prazo (3 meses), indicando que não buscam apenas conhecimento, mas resultados práticos imediatos.

Este perfil representa uma oportunidade premium para o CSE posicionar-se como acelerador de alto nível, não apenas educador, criando um ambiente de networking qualificado entre empresários consolidados.

Responder ao Claude...

🔍 Pesquisa Claude Sonnet 4

Copiar Publicar

- **Scale-ups:** 40% entre 1-10 anos, indicando empresas em fase de crescimento
- **Média geral:** Aproximadamente 19+ anos de experiência

Distribuição Setorial

- **Sector Terciário:** 73% (11 empresas) - Serviços, comércio, saúde, educação
- **Sector Secundário:** 13% (2 empresas) - Indústria e transformação
- **Sector Primário:** 7% (1 empresa) - Agricultura
- **Multissetorial:** 7% (1 empresa) - Atuação diversificada

2. Nichos de Mercado Representados

Clusters Principais

1. **Saúde e Bem-estar:** Dermatologia, clínica multidisciplinar, alimentos saudáveis
2. **Serviços Especializados:** Agenciamento marítimo, pesquisa de mercado, contabilidade
3. **Construção e Manutenção:** Construção civil, elevadores, oficinas automotivas
4. **Educação e Treinamento:** Robótica educacional, treinamento cirúrgico
5. **Produtos Premium:** Relógios suíços, cosméticos, produtos agrícolas orgânicos

3. Demandas de Conhecimento (Top Temas)

Ranking de Interesse

1. **Comercial** (73% - 11 empresas): Vendas, funil, prospecção, fechamento
2. **Captação de Recursos** (60% - 9 empresas): Investidores, fusões, pitch
3. **Marketing Digital** (53% - 8 empresas): Branding, copywriting, tráfego
4. **Gente & Gestão** (53% - 8 empresas): Liderança, recrutamento, performance
5. **Finanças** (40% - 6 empresas): Precificação, fluxo de caixa, margem
6. **Inteligência Artificial** (40% - 6 empresas): Aplicações práticas

4. Objetivos e Expectativas

Palavras-chave Dominantes

- **"Escalar/Escalabilidade":** Mencionado por 40% dos respondentes



Conteúdo com foco no público-alvo

Bônus - Meta Ads



CONTEÚDO COM FOCO NO PÚBLICO-ALVO

BÔNUS: META ADS

ETAPA 1: IMPRESSÕES

Como otimizar?

Benchmark

Testes internos (Carrossel, Reels, Stories)

Acompanhamento rígido de métricas



ETAPA 1: IMPRESSÕES

COMO OTIMIZAR?

Benchmark

Testes internos (Carrossel , Reels , Stories)

Acompanhamento rígido de métricas





linkschooledu e linkcampuslife
Áudio original

linkschooledu Você tem esse mesmo sonho? 💙

Se você tem a mesma vontade de ser dono das suas escolhas e do seu próprio tempo: a Jornada Link está aberta para inscrições. Acesse o link da bio.

#link #linkschool #linkschoolofbusiness
3 d Ver tradução

marcello.assis.secforce 🙌🙌🙌🙌
3 d Responder

nessamacedo_ 🙌🙌🙌
3 d 1 curtida Responder

warisoncorreia 💙💙💙🔥🔥🔥
3 d 3 curtidas Responder

mariaclaracurtrimpestana 💙💙
3 d 4 curtidas Responder

1.263 curtidas
há 3 dias

Adicione um comentário... **Postar**



g4educacao • Seguir

g4educacao Você vai comprar o GTA VI?
4 sem Ver tradução

ricovocesetorna A narrativa é o que move quase tudo!
4 sem 1 curtida Responder Ver tradução

lucralhas Eu jogo gta sempre, é uma maravilha vc simplesmente poder abrir o game e andar de carro por horas e nada vai te impedir em nada, online onde vc simplesmente pode ter uma boate sua, um edifício seu, comprar carro, roubar carro e vender, é um jogo extremamente bem feito, e o gta 6 vai ser mais um.
4 sem 9 curtidas Responder Ver tradução

rafa.segehs Melhor jogo da história
4 sem 3 curtidas Responder Ver tradução

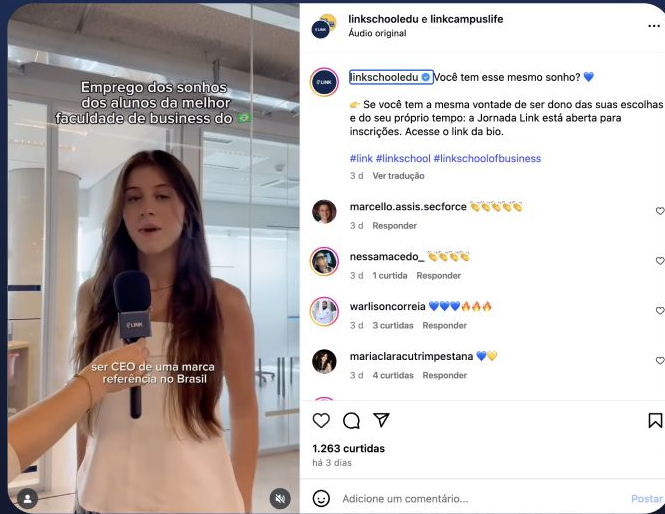
lekinhorik Só tem um erro, gta estava no PlayStation 1 também
4 sem 56 curtidas Responder Ver tradução

5.195 curtidas
3 de maio

Adicione um comentário...

A importância das referências

A IMPORTÂNCIA DAS REFERÊNCIAS



ETAPA 2: SESSÕES NO SITE

Direcionar pessoas para uma ação (clicar no link)

Anúncios, Email e Whatsapp



PLANO ESCALA SEM LIMITES
11 DE AGOSTO | QUINTA-FEIRA ÀS 19:30H NO zoom

Olá, Empresário(a)!

Segunda-feira, **11 de agosto**, às **19h30**, vou abrir AO VIVO no Zoom o meu Plano **Escala Sem Limites**.

Vou mostrar o método que levou minhas empresas aos múltiplos bilhões, e como você pode aplicar esses pilares para escalar seu negócio ainda em 2025.

Clique no botão abaixo e faça seu cadastro gratuito:

QUERO PARTICIPAR →

Janguê Diniz.

[in](#) [yt](#) [ig](#)

JD Business Academy, Rua Professor Tamandaré Toledo, 69 10º andar - Itaim Bibi São Paulo-SP, Brascan Century Corporate, Itaim Bibi, SP 04532-020, Brasil, (11) 3549-4346
[Cancelar assinatura](#) [Gerenciar preferências](#)

JD Business Academy

PLANO ESCALA SEM LIMITES

VOU REVELAR O PLANO QUE ME FEZ FATURAR **R\$ 3 BILHÕES EM UM ANO**

Em 90 minutos, mostro como você aplica e escala sua empresa ainda em 2025.

TOQUE EM SAIBA MAIS

Pegue seu convite gratuito abaixo 📌
<https://janguie.com/pele-api>

Janguê Diniz 19:09

PARAR CONVERSA

✓ ETAPA 1:
IMPRESSÕES

ETAPA 2: SESSÕES NO SITE

Direcionar pessoas para
uma ação (clique no link)

Anúncios, Email e Whatsapp



PLANO ESCALA SEM LIMITES
11 DE AGOSTO | QUINTA-FEIRA ÀS 19:30H NO Zoom

Olá, Empresário(a)!

Segunda-feira, 11 de agosto, às 19h30, vou abrir AO VIVO no Zoom o meu Plano **Escala Sem Limites**.

Vou mostrar o método que levou minhas empresas aos múltiplos bilhões, e como você pode aplicar esses pilares para escalar seu negócio ainda em 2025.

Clique no botão abaixo e faça seu cadastro gratuito:

QUERO PARTICIPAR →

Janguê Diniz.

[in](#) [yt](#) [ig](#)

JD Business Academy, Rua Professor Tamandaré Toledo, 69 10º andar - Itaim Bibi São Paulo-SP.
Brazilian Century Corporate, Itaim Bibi, SP 04532-020, Brasil, (11) 3549-4346
[Cancelar assinatura](#) [Gerenciar preferências](#)

JD Business Academy

PLANO ESCALA SEM LIMITES

VOU REVELAR O PLANO QUE ME FEZ FATURAR R\$ 3 BILHÕES EM UM ANO

Em 90 minutos, mostro como você aplica e escala sua empresa ainda em 2025.

TOQUE EM SABER MAIS [ID](#)

Pegue seu convite gratuito abaixo 📄
<https://janguie.com/next-api>

Janguê Diniz 19:09

PARAR CONVERSA

De: EBAC para alunos <suporte@ebaonline.com.br>

Enviado: Saturday, August 2, 2025 11:00:57 AM

Para: gaabimachado@hotmail.com <gaabimachado@hotmail.com>

Assunto: 📌 Convite especial! Eventos exclusivos de 04 de agosto a 19 de agosto

[Versão on-line](#)



Agenda

De 04/08 a 19/08: confira os eventos que preparamos para sua próxima quinzena

Chegou mais uma edição da programação exclusiva da EBAC, feita só para quem faz parte da nossa comunidade.

Dessa vez contamos com Trilhas, Workshops e Webinars. Vamos ver o que vai rolar?

Workshop Design

Design Thinking em Ação: 2 Dias de Aplicações Reais e Prática Guiada

04 e 05/08 19h

Exploraremos o Design Thinking como ferramenta estratégica para transformar ideias em soluções de valor real. Da imersão no problema à criação de protótipos, você vai aprender como identificar oportunidades, inovar com propósito e defender suas ideias.



ETAPA 2: SESSÕES NO SITE

Como otimizar?

Leva de anúncios (Cada 20 mil investido/mes, pelo menos 4 criativos novos por mes)

Replicar anúncios que estão dando certos em outros formatos
(TÉCNICA SOCIAL HACKS)

Criar outras estratégias para levar pessoas para o seu site (Lives, Webinários, Workshop (Aulas Livres),

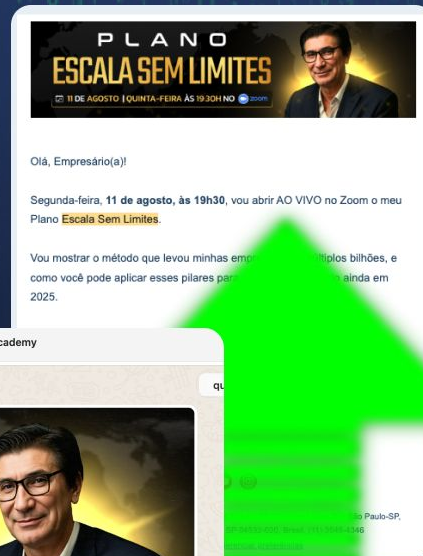
ETAPA 2: SESSÕES NO SITE

COMO OTIMIZAR?

Leva de anúncios (Cada 20 mil investido/mês, pelo menos 4 criativos novos por mes);

Replicar anúncios que estão dando certos em outros formatos (TÉCNICA SOCIAL HACKS);

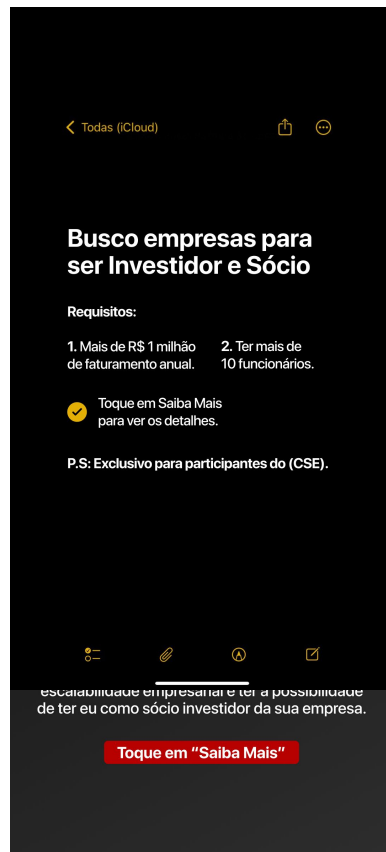
Criar outras estratégias para levar pessoas para o seu site (Lives, Webinários, Workshop (Aulas Livres).



Exemplo Técnica Social Hack



1 CRIATIVO
DESDOBRA EM
MAIS 4!



EXEMPLO TÉCNICA **SOCIAL HACK**

CSE Código Secreto da Empresa

EXCLUSIVO PARA PARTICIPANTES DO CSE

BUSCO EMPRESAS PARA SER INVESTIDOR E SÓCIO!

▶ REQUISITOS:

1. Mais de 1 Milhão de faturamento anual
2. Ter mais de 10 funcionários

TOQUE EM SAIBA MAIS E CONHEÇA O CSE

1 CRIATIVO
DESDOBRA
EM MAIS 4

Comente sua dor empresário

O que você analisa em uma empresa antes de investir?

Busco empresas para ser **Investidor e sócio** que tenham:

- ✓ Mais de R\$1 Milhão de faturamento anual
- ✓ Mais de 10 funcionários
- ✓ E potencial de escala

Se você quer participar do meu programa de escalabilidade empresarial e ter a possibilidade de ter eu como sócio investidor da sua empresa.

Toque em "Saiba Mais"

JANGUÊ DINIZ PROCURA SÓCIO

Exclusivo para empresários que faturam mais de R\$1 Milhão/ano.

< Todas (Cloud)

Busco empresas para ser Investidor e Sócio

Requisitos:

1. Mais de R\$ 1 milhão de faturamento anual.
2. Ter mais de 10 funcionários.

✓ Toque em Saiba Mais para ver os detalhes.

P.S: Exclusivo para participantes do (CSE).

Janguê Diniz

Estou buscando empresas para ser investidor e sócio.

Requisitos:

- Mais de R\$ 1 milhão de faturamento anual.
- Ter mais de 10 funcionários.

Exclusivo para participantes do Código Secreto da Empresa (CSE).

Toque em Saiba Mais

♡ 🔍 📩 📌

ETAPA 3: LEADS CAPTADOS

✓ ETAPA 1:
IMPRESSÕES

✓ ETAPA 2:
SESSÕES NO SITE

ETAPA 3: **LEADS CAPTADOS**

ETAPA 3 LEADS CAPTADOS

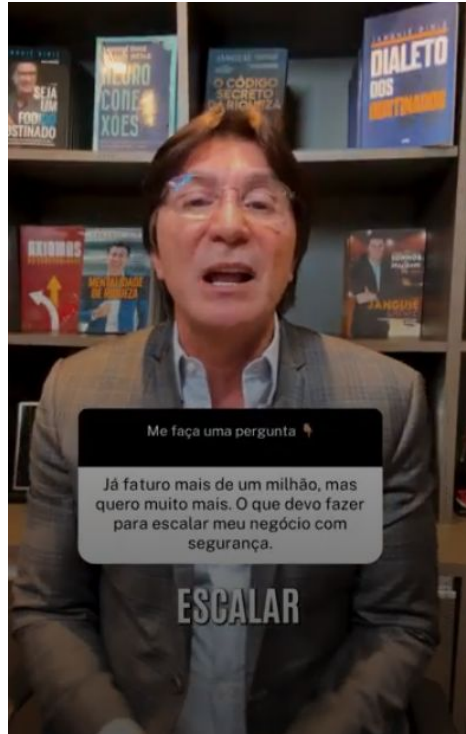


ETAPA 3: LEADS CAPTADOS



ETAPA 4: LEADS QUALIFICADOS

Como captar leads que tenham um perfil comprador



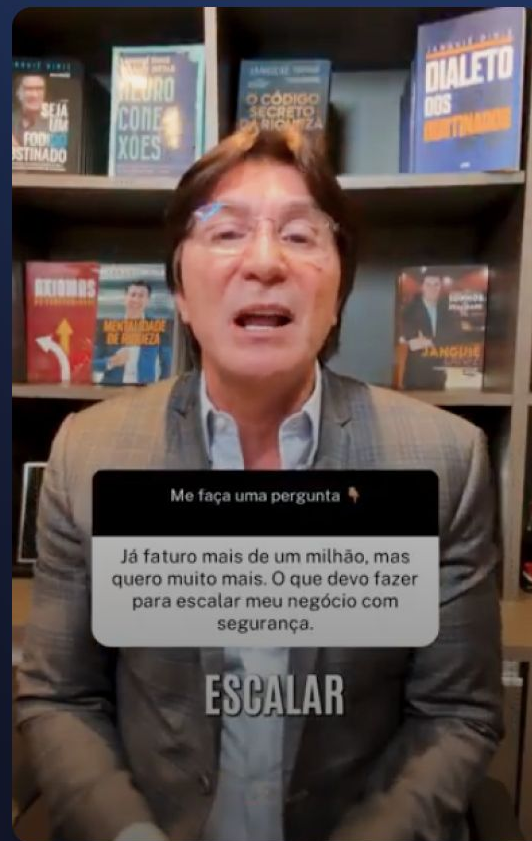
LOGO META ADS +
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

✓ ETAPA 3:
IMPRESSÕES

ETAPA 4: LEADS QUALIFICADOS

Como captar leads que
tenham um perfil comprador

 Meta
Ads



ETAPA 5: PRIMEIRO CONTATO COM SUCESSO

The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, the contact is identified as 'JD Business Academy'. The chat history includes a confirmation request from the contact, a response from the user, and a follow-up message from the contact with a 'QUERO AGILIZAR' button.

JD Business Academy (seg., 5 de mai.)

Você confirma os dados abaixo?

Nome: teste vini312321
E-mail: vini312321@gmail.com
Faturamento: De 1 Milhão a 3 Milhões

Time JD Business Academy 09:25

Confirma

Alterar dados

+55 11 4230-0014 ~551142300014
Você confirma os dados abaixo?
Nome: teste vini312321

Confirma 09:30 ✓

Olá, teste vini312321! Tudo bem?

Agradecemos o seu interesse na imersão presencial do CSE | Código Secreto da Empresa, liderada por Janguê Diniz.

Dentro de 24 horas, um dos nossos especialistas entrará em contato com você através deste número [+55 11 3549-4346](tel:+551135494346) para detalhar a experiência e ajudar com a inscrição.

Gostaria de acelerar seu processo para você garantir sua vaga rapidamente e começar a se preparar para três dias intensivos que transformarão o futuro do seu negócio.

Para priorizar seu atendimento e falar conosco o mais breve possível, aperte no botão abaixo. 📌

Time Janguê Diniz 09:30

QUERO AGILIZAR

Tempo para primeira a resposta

✓ ETAPA 4:
LEADS QUALIFICADOS

ETAPA 5:

PRIMEIRO CONTATO COM SUCESSO

Tempo para primeira a resposta

JD Business Academy

seg., 5 de mai.

Você confirma os dados abaixo?

Nome: teste vini312321
E-mail: viniciusdaud1@gmail.com
Faturamento: De 1 Milhão a 3 Milhões

Time JD Business Academy 09:25

Confirma

Alterar dados

+55 11 4230-0014 ~551142300014
Você confirma os dados abaixo?
Nome: teste vini312321
Confirma 09:30 ✓

Olá, teste vini312321! Tudo bem?

Agradecemos o seu interesse na imersão presencial do CSE | Código Secreto da Empresa, liderada por Janguê Diniz.

Dentro de 24 horas, um dos nossos especialistas entrará em contato com você através deste número [+55 11 3549-4346](tel:+551135494346) para detalhar a experiência e ajudar com a inscrição.

Gostaria de acelerar seu processo para você garantir sua vaga rapidamente e começar a se preparar para três dias intensivos que transformarão o futuro do seu negócio.

Para priorizar seu atendimento e falar conosco o mais breve possível, aperte no botão abaixo. 📌

Time Janguê Diniz 09:30

QUERO AGILIZAR

"Nosso papel no marketing é entregar **insumos valiosos para o time comercial** e, depois, analisar tudo para otimizar o marketing."

ANTES DA VENDA:

Passamos o máximo de informações para o time comercial, incluindo:

- ✓ Faturamento do lead
- ✓ Tipo de negócio
- ✓ Criativo que gerou a conversão
- ✓ Origem do lead (anúncio, conteúdo, referência, etc.)

DEPOIS DA VENDA:

Fazemos uma análise retroativa para entender:

- ✓ Quais fontes e criativos trouxeram os clientes que realmente compraram
- ✓ Se os perfis dos compradores estão alinhados com o que esperávamos
- ✓ Como podemos ajustar os esforços de marketing para melhorar ainda mais os resultados

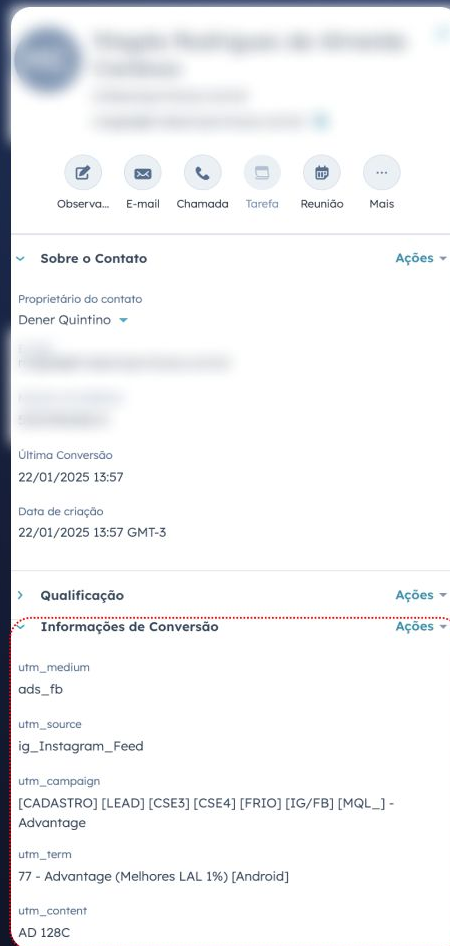
The screenshot displays a contact profile in a CRM system. At the top, there are icons for 'Observa...', 'E-mail', 'Chamada', 'Tarefa', 'Reunião', and 'Mais'. Below this is a section titled 'Sobre o Contato' with a dropdown arrow and 'Ações'. The contact name is 'Dener Quintino'. There are two 'Última Conversão' entries: one on 22/01/2025 at 13:57, and another on 22/01/2025 at 13:57 GMT-3. Below this is a 'Qualificação' section with a dropdown arrow and 'Ações'. Underneath is the 'Informações de Conversão' section, also with a dropdown arrow and 'Ações'. This section lists several UTM parameters: utm_medium: ads_fb; utm_source: ig_Instagram_Feed; utm_campaign: [CADASTRO] [LEAD] [CSE3] [CSE4] [FRIO] [IG/FB] [MQL_] - Advantage; utm_term: 77 - Advantage (Melhores LAL 1%) [Android]; utm_content: AD 128C.

"Nosso papel no marketing é entregar **insumos valiosos para o time comercial** e, depois, analisar tudo para otimizar o marketing."

ANTES DA VENDA:

Passamos o máximo de informações para o time comercial, incluindo:

- ✔ Faturamento do lead
- ✔ Tipo de negócio
- ✔ Criativo que gerou a conversão
- ✔ Origem do lead (anúncio, conteúdo, referência, etc.)



CONSTRUÇÃO DO LEAD SCORE

Perfeito — com base nas **taxas de conversão suavizadas**, aqui está a versão final da **pontuação para a dimensão "Faturamento"** dentro do lead score:

✔ Pontuação com Base na Conversão Suavizada – Faturamento

Faixa de Faturamento	Conversão Suavizada (%)	Score Sugerido
De 10M a 50M	8,0%	8 pontos
De 3M a 10M	5,0%	5 pontos
De 50M a 100M	4,5%	4 pontos
De 1M a 3M	4,0%	3 pontos

📧 Taxa de Conversão por Número de Reengajamentos

Reengajamentos	Leads Únicos	Vendas	Conversão Real
1	5.900	79	1,34%
2	773	46	5,95%
3	149	5	3,36%
4	27	7	25,93%
5	12	0	0,00%
6	9	4	44,44%

🔥 Taxa de Conversão por Temperatura

Temperatura	Total de Leads	Total de Vendas	Conversão Real
Quente	2.816	76	2,70%
Frio	3.465	58	1,67%

📧 Taxa de Conversão por Tipo de E-mail

Tipo de E-mail	Leads Únicos	Vendas	Conversão Real
Corporativo	2.894	86	2,97%
Não Corporativo	3.984	55	1,38%

📊 Versão em proporção decimal para cálculo automatizado:

Dimensão	Peso
Faturamento	0.30
Reengajamento	0.25
Temperatura	0.20
E-mail Corporativo	0.15
Número de Engajamentos	0.10

CONSTRUÇÃO DO LEADSCORE

Perfeito — com base nas **taxas de conversão suavizadas**, aqui está a versão final da **pontuação para a dimensão "Faturamento"** dentro do lead score:

✔ Pontuação com Base na Conversão Suavizada – Faturamento

Faixa de Faturamento	Conversão Suavizada (%)	Score Sugerido
De 10M a 50M	8,0%	8 pontos
De 3M a 10M	5,0%	5 pontos
De 50M a 100M	4,5%	4 pontos
De 1M a 3M	4,0%	3 pontos

✉ Taxa de Conversão por Número de Reengajamentos

Reengajamentos	Leads Únicos	Vendas	Conversão Real
1	5.900	79	1,34%
2	773	46	5,95%
3	149	5	3,36%
4	27	7	25,93%
5	12	0	0,00%
6	9	4	44,44%

🔥 Taxa de Conversão por Temperatura

Temperatura	Total de Leads	Total de Vendas	Conversão Real
Quente	2.816	76	2,70%
Frio	3.465	58	1,67%

✉ Taxa de Conversão por Tipo de E-mail

Tipo de E-mail	Leads Únicos	Vendas	Conversão Real
Corporativo	2.894	86	2,97%
Não Corporativo	3.984	55	1,38%

📊 Versão em proporção decimal para cálculo automatizado:

Dimensão	Peso
Faturamento	0.30
Reengajamento	0.25
Temperatura	0.20
E-mail Corporativo	0.15
Número de Engajamentos	0.10

CONSTRUÇÃO DO LEAD SCORE

✅ PASSO 3 – FÓRMULA FINAL DO LEAD SCORE

✅ NOVA CLASSIFICAÇÃO (Ajuste Final)

Faixa de Pontuação	Categoria	Descrição
0 a 49	❌ Desalinhado	Fora do ICP. Pode ser nutrido, mas não é foco de abordagem.
50 a 74	⚠️ Potencial	Tem alguma aderência. Merece validação, nutrição ou abordagem secundária.
75 a 100	💎 Ideal	Alto fit com ICP. Lead quente e prioridade comercial.

$$= 21.875 + 18 + 20 + 6.9 = 66.775$$

👉 **Score Final: 66,78** (em uma escala de 0 a 100)

CONSTRUÇÃO DO LEADSCORE

✓ PASSO 3 – FÓRMULA FINAL DO LEAD SCORE

Lead Score Final =

```
(Score_Faturamento x 0,35) + (Score_Reengajamento x 0,30) + (Score_Temperatura x 0,20) +  
(Score_Email x 0,15)
```

★ Exemplo de Cálculo:

Um lead com:

- Faturamento: De 3M a 10M → Score 62,5
- Reengajamento: 2 vezes → Score 60
- Temperatura: Quente → Score 100
- E-mail: Não corporativo → Score 46

Lead Score Final =

```
(62,5 x 0,35) + (60 x 0,30) + (100 x 0,20) + (46 x 0,15)  
= 21,875 + 18 + 20 + 6,9 = 66,775
```

👉 Score Final: 66,78 (em uma escala de 0 a 100)

✓ NOVA CLASSIFICAÇÃO (Ajuste Final)

Faixa de Pontuação	Categoria	Descrição
0 a 49	✗ Desalinhado	Fora do ICP. Pode ser nutrido, mas não é foco de abordagem.
50 a 74	⚠ Potencial	Tem alguma aderência. Merece validação, nutrição ou abordagem secundária.
75 a 100	💎 Ideal	Alto fit com ICP. Lead quente e prioridade comercial.

$(\text{Score_Faturamento} \times 0.35) + (\text{Score_Reengajamento} \times 0.30) + (\text{Score_Temperatura} \times 0.20) + (\text{Score_Email} \times 0.15)$

utm_content

AD 192

Landing Page

lp.jdbusinessacademy.com.br/cse-
v6d/

Score

Baixo Fit

<  JD Business Academy ✓



Você sabe quem é o Janguê Diniz?

- Fundador do **Grupo Ser Educacional**
- **+ de 40 anos** de experiência empresarial
- **+ de R\$3 bilhões** de faturamento anual em suas empresas
- **+ 360 mil alunos** impactados por suas instituições
- **+14 mil** colaboradores em seus diversos negócios

Hoje seu foco está em ajudar empresários **como você** 🙌 a escalar com estratégias validadas, através do seu programa de escalabilidade empresarial, o **CSE | Código Secreto da Empresa**.

Assista a esse vídeo e descubra como

🧠 Quanto vale uma mente bilionária olhando para a sua empresa?

Para provar que escalar com estratégia é possível (e muito mais acessível do que parece), o próprio Janguê Diniz liberou uma seleção exclusiva de conteúdos.

Apresentamos a **Janguê Flix**:

🔴 Uma série com mais de 5 horas de conteúdo prático, direto ao ponto, sobre o que realmente faz empresas escalarem seu faturamento e o lucro...

Assista agora e dê o primeiro passo para escalar ao lado de quem já chegou lá.

Digite SAIR se não quiser mais receber mensagens

15:19

 **QUERO ASSISTIR**

utm_content

AD 192

Landing Page

lp.jdbusinessacademy.com.br/cse-
v6d/

Score

Baixo Fit



<  JD Business Academy ✓



Você sabe quem é o Janguê Diniz?

- Fundador do Grupo Ser Educacional
- + de 40 anos de experiência empresarial
- + de R\$3 bilhões de faturamento anual em suas empresas
- + 360 mil alunos impactados por suas instituições
- +14 mil colaboradores em seus diversos negócios

Hoje seu foco está em ajudar empresários **como você** 🙌 a escalar com estratégias validadas, através do seu programa de escalabilidade empresarial, o CSE | Código Secreto da Empresa.

Assista a esse vídeo e descubra como

🧠 Quanto vale uma mente bilionária olhando para a sua empresa?

Para provar que escalar com estratégia é possível (e muito mais acessível do que parece), o próprio Janguê Diniz liberou uma seleção exclusiva de conteúdos.

Apresentamos a **Janguê Flix**:

🔴 Uma série com mais de 5 horas de conteúdo prático, direto ao ponto, sobre o que realmente faz empresas escalam seu faturamento e o lucro...

Assista agora e dê o primeiro passo para escalar ao lado de quem já chegou lá.

Digite SAIR se não quiser mais receber mensagens

15:19

 QUERO ASSISTIR

ETAPA 6: PROPOSTA ENVIADA

Pontos de contato

Fluxo de followups (telefone, email, whatsapp, reuniao presencial, sms e tudo o que der para fazer)

Planos customizados

ANÁLISE DO SEU MERCADO SIMPLIFICADO

Indicador	Valor / Estimativa	Fonte / Observação
Faturamento Anual do segmento (2024)	R\$3 Milhões	Dado fornecido pelo usuário
Tamanho do mercado nacional (2024)	R\$38 Bilhões	Mercado odontológico brasileiro atualmente movimentado cerca de R\$ 38 bi smileinvestty.com.br +3 sm1.com.br farquiasomdents.com.br redol.com +3 pt.unimed.com +1 buycb.com.br +2 comerciodemunicipios.ai.com.br +11
Projeção de crescimento até 2030 (CAGR)	~13% a.a.	Crescimento projetado para odontologia estética até 2030 comerciodemunicipios.ai.com.br crasinfanquias.com.br demprenendedor.com.br
Representatividade do segmento no mercado nacional	~0,0079%	Cálculo: R\$ 3 M ÷ R\$ 38 B = 0,0079%

✓ ETAPA 5:
PRIMEIRO CONTATO COM SUCESSO

ETAPA 6: PROPOSTA ENVIADA

Pontos de contato

Fluxo de followups (telefone, email, whatsapp, reunião presencial, sms e tudo o que der para fazer)

Planos customizados

Indicador	Valor / Estimativa	Fonte / Observação
Faturamento Anual do segmento (2024)	R\$ 3 Milhões	Dado fornecido pelo usuário
Tamanho do mercado nacional (2024)	R\$ 38 Bilhões	Mercado odontológico brasileiro atualmente movimenta cerca de R\$ 38 bi smileuniversity.com.br +3 bn1.com.br franquiasomdents.com.br reddit.com +3 pt.linkedin.com +1 buyco.com.br +2 correiodosmunicipios-al.com.br +11
Projeção de crescimento até 2030 (CAGR)	~13 % a.a.	Crescimento projetado para odontologia estética até 2030 correiodosmunicipios-al.com.br oralsinfranquias.com.br drempreendedor.com.br
Representatividade do segmento no mercado nacional	~0,0079 %	Cálculo: R\$ 3 M ÷ R\$ 38 B ≈ 0,0079 %

ANÁLISE DO SEU MERCADO SIMPLIFICADO

ETAPA 7: MATRÍCULAS

O que vai impactar as matrículas?

O DESEJO da pessoa estar na faculdade e a transformacao que ela vai ter lá.

A falta de fricções (objeções) para pessoa dar esse passo.

ETAPA 7: MATRÍCULAS

O que vai impactar as matrículas?

O **DESEJO** da pessoa estar na faculdade e a transformação que ela vai ter lá.

A falta de fricções (objeções) para pessoa dar esse passo.

ETAPA 7: MÁTRICULAS

CSE Código Secreto DA EMPRESA

ARTHUR AGUIAR **ALISSON RAMALHO** **CAROLINA LIMA**

GILBERTO AUGUSTO **CLEMILDA THOMÉ E MAMA BRITO** **RODRIGO MINOTAURO**

RICARDO OLIVEIRA **GILMAR THEOBALD** **CARLOS PHILL**

CLIENTES QUE JÁ PASSARAM PELA METODOLOGIA CSE

*Código Secreto da Empresa**



ETAPA 7: MATRÍCULAS

CSE | Código Secreto
DA EMPRESA

CLIENTES QUE JÁ
PASSARAM PELA
METODOLOGIA CSE

*Código Secreto da Empresa**



ARTHUR AGUIAR



ALISSON RAMALHO



CAROLINA LIMA



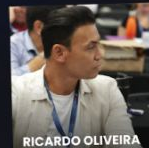
GILBERTO AUGUSTO



CLEMILDA THOMÉ
E MAMA BRITO



RODRIGO MINOTAURO



RICARDO OLIVEIRA



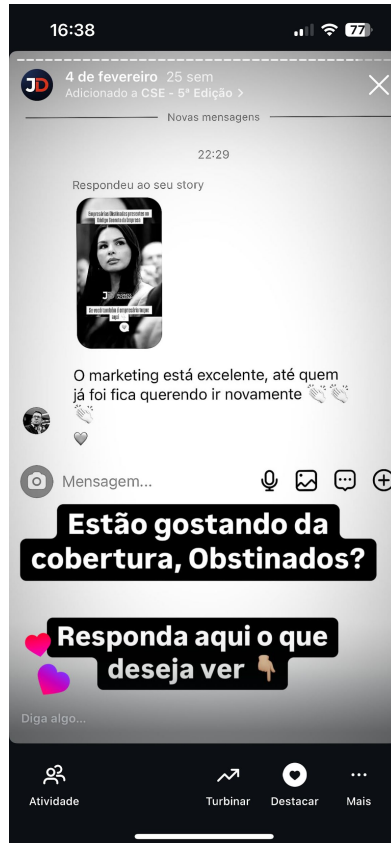
GILMAR THEOBALD



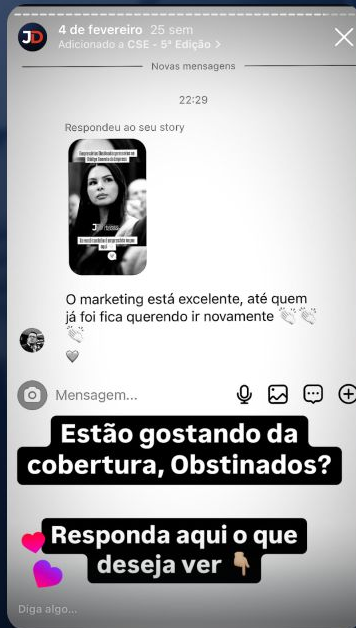
CARLOS PHILL



ETAPA 7: MÁTRICULAS



ETAPA 7: MATRÍCULAS



EXEMPLO PRÁTICO:

COMPLETA! [▶ Executar](#) [📄 Salvar](#) [⬇ Fazer o download](#) [+ Compartilhar](#) [🕒 Programação](#) [📄 Salvar consulta](#) [⋮ C...](#)

```
1 WITH
2   SalesLeads AS (
3     SELECT
4       v.utm_content,
5       l.leads_count,
6       v.vendas_count,
7       v.soma_valor
8     FROM
9     (
10    SELECT
```

Pressione Option+F1 para abrir as opções de acessibilidade.

Resultados da consulta

[📄 Salvar resultados](#) [📊 Abrir em](#) [↕](#)

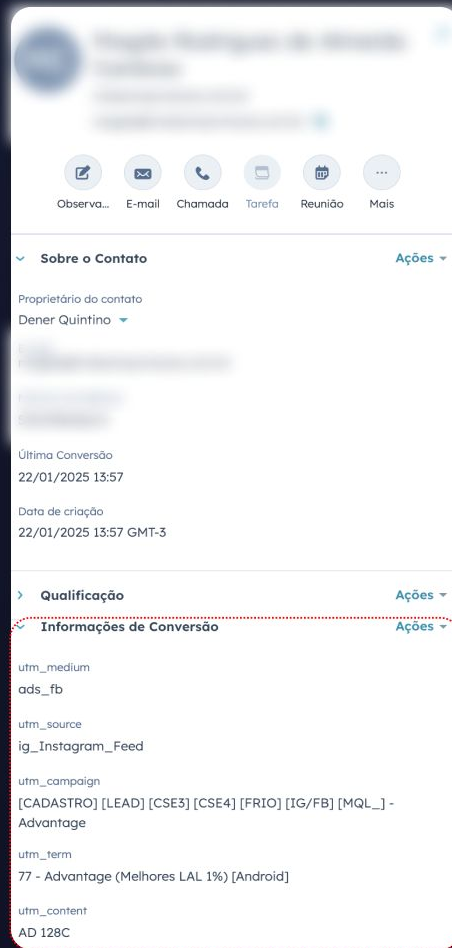
Informações do job **Resultados** Gráfico JSON Detalhes da execução Gráfico de execução

Linha	utm_content	leads_count	vendas_count	soma_valor	Investimento	CPL	ROAS	CPA
1	AD 128C						184.77%	
2	AD 180						287.90%	
3	AD 03_vid...						739.94%	
4	AD 190						253.29%	
5	AD 197						585.10%	
6	AD 155						887.14%	
7	AD AUTOR...						756.56%	
8	AD JATO 01						265.23%	

DEPOIS DA VENDA:

Fazemos uma análise retroativa para entender:

- ✓ Quais fontes e criativos trouxeram os clientes que realmente compraram
- ✓ Se os perfis dos compradores estão alinhados com o que esperávamos
- ✓ Como podemos ajustar os esforços de marketing para melhorar ainda mais os resultados



The screenshot shows a CRM contact profile for 'Dener Quintino'. It includes a header with communication options (Observar, E-mail, Chamada, Tarefa, Reunião, Mais) and a 'Sobre o Contato' section. The 'Qualificação' section is expanded to show 'Informações de Conversão' with the following details:

- utm_medium: ads_fb
- utm_source: ig_Instagram_Feed
- utm_campaign: [CADASTRO] [LEAD] [CSE3] [CSE4] [FRIO] [IG/FB] [MQL_] - Advantage
- utm_term: 77 - Advantage (Melhores LAL 1%) [Android]
- utm_content: AD 128C

EXEMPLO PRÁTICO

COMPLETA! Executar Salvar Fazer o download Compartilhar Programação Salvar consulta C...

```
1 WITH
2   SalesLeads AS (
3     SELECT
4       v.utm_content,
5       l.leads_count,
6       v.vendas_count,
7       v.soma_valor
8     FROM
9     (
10    SELECT
```

Pressione Option+F1 para abrir as opções de acessibilidade.

Resultados da consulta Salvar resultados Abrir em

Informações do job Resultados Gráfico JSON Detalhes da execução Gráfico de execução

Linha	utm_content	leads_count	vendas_count	soma_valor	Investimento	CPL	ROAS	CPA
1	AD 128C						184.77%	
2	AD 180						287.90%	
3	AD 03_vid...						739.94%	
4	AD 190						253.29%	
5	AD 197						585.10%	
6	AD 155						887.14%	
7	AD AUTOR...						756.56%	
8	AD JATO 01						265.23%	

ETAPA 7: MATRÍCULAS

O que vai impactar as matrículas?

O DESEJO da pessoa estar na faculdade e a transformacao que ela vai ter lá.

A falta de fricções (objeções) para pessoa dar esse passo.

CLAUDE,,KREA,VEO3,
TOOLZZ,OPUS,GROK

IMPRESSÕES

SESSÕES NO SITE

LEADS CAPTADOS

LOVABLE, V0, FREEPIK

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
APLICADA A CADA ETAPA**

**LEADS
QUALIFICADOS**

N8NK,ZAPIER,MAKE

**TAXA DO 10
CONTATO**

PROPOSTA ENVIAD

Gemini, ChatGPT, Toolzz

MATRÍCULAS

Claude KREA VEO 3

Toolzz®

OpusClip

Grok

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

APLICADA A CADA ETAPA

make
formerly Integromat

n8n

zapier

IMPRESSÕES

SESSÕES NO SITE

LEADS CAPTADOS

Lovable

FREPIK

LEADS
QUALIFICADOS

TAXA DO 10
CONTATO

PROPOSTA ENVIADAS

Gemini

ChatGPT

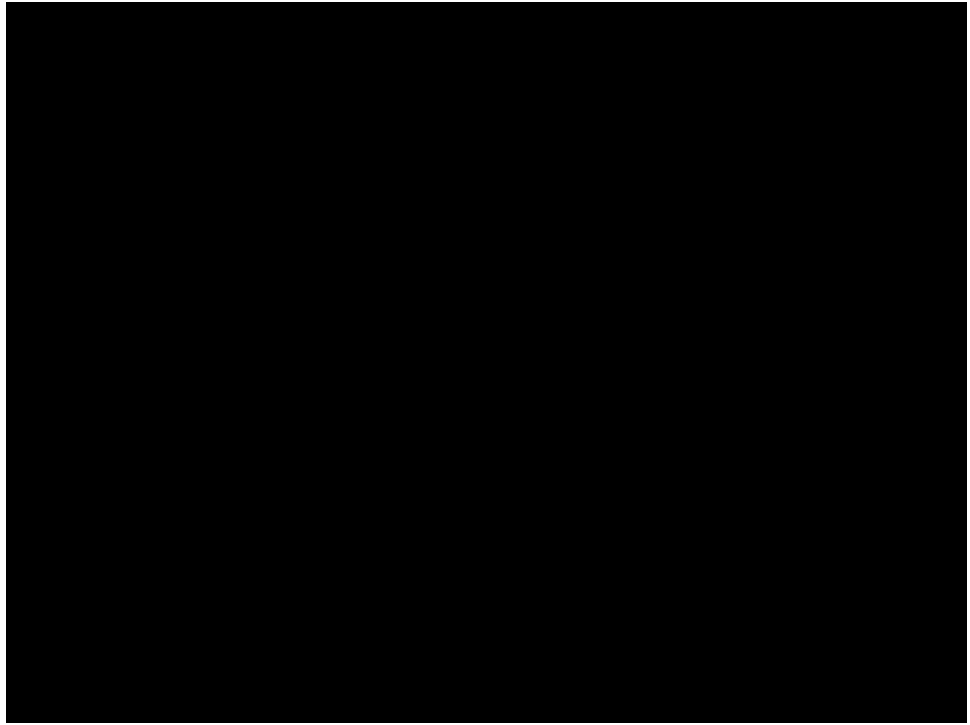
MATRÍCULAS

Toolzz®



Exemplo Fluxo Comercial utilizando Inteligência Artificial

Objetivo - Diminuir No Show
nas reuniões comerciais

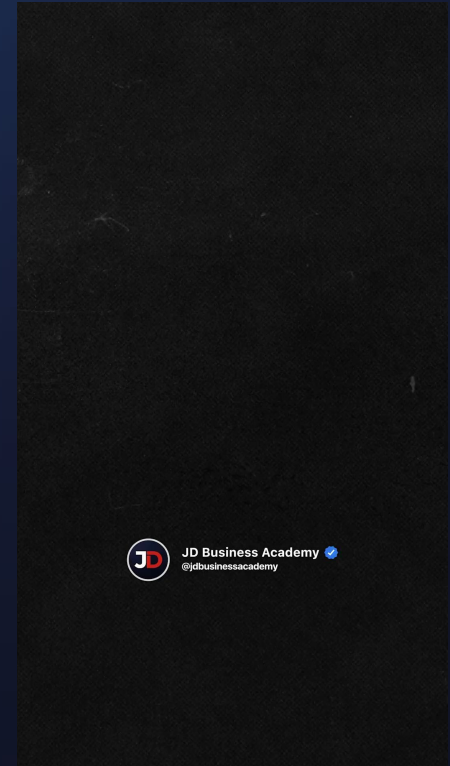


Exemplo fluxo comercial: Utilizando inteligência artificial

Objetivo: Diminuir No Show nas reuniões comerciais



VÍDEOS DE IA



Resumo

1. Seu Marketing (e sua empresa inteira) precisa ser inteiramente guiada por dados
2. Vencer o jogo da arbitragem será um dos pilares para escalar sua empresa
3. Mapeie cada etapa do seu Funil
4. Otimize cada uma das etapas
5. Alimente seu time comercial com dados
6. Implemente Inteligência Artificial em todas etapas

ROTEIRO PRÁTICO

1. Seu Marketing (e sua empresa inteira) precisa ser inteiramente guiada por dados
2. Vencer o jogo da arbitragem será um dos pilares para escalar sua empresa
3. Mapeie cada etapa do seu Funil
4. Otimize cada uma das etapas
5. Alimente seu time comercial com dados
6. Implemente Inteligência Artificial em todas etapas

Resumo

Aqueles que não conseguem lembrar o passado estão
condenados a repeti-lo

George Santayana

A black and white photograph of George Santayana, an elderly man with a mustache, wearing a dark suit jacket over a light-colored striped shirt. He is looking slightly to the right of the camera with a thoughtful expression. The background is filled with bookshelves packed with books, suggesting a library or study.

“ George Santayana

"Aqueles que não conseguem lembrar o passado estão condenados a repeti-lo"

Obrigado

Instagram @vinidaud

FOTO VINICIUS DAUD

OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO

 [vinidaud](#)  Janguê Diniz
BUSINESS
ACADEMY

OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO
OBRIGADO

 [vinidaud](#) **JD** | Janguê Diniz
BUSINESS
ACADEMY

