

SQUAD FILM · DOCUMENTO EDITORIAL



# Programa Investidores. L'Acqua Marina Home Resort.

Campanha integrada 90 dias. Maio, junho, julho de 2026. Fundação, prova e escala de um produto imobiliário com escritura pública, a uma hora de Brasília.

SQUAD FILM SQUADFILM.COM · @SQUADFILME

# Campanha 90 dias. Sumário.

18 seções editoriais organizadas em três movimentos mensais. Cada capítulo traz tese, execução semana a semana, artefatos entregues e leitura de KPI.

<b>I</b>	Capa	→	01	<b>X</b>	Maio · artefatos e KPIs	→	10
<b>II</b>	Sumário	→	02	<b>XI</b>	Junho · abertura + S6	→	11
<b>III</b>	Ficha do documento	→	03	<b>XII</b>	Junho · S7 e S8	→	12
<b>IV</b>	Tese e diagnóstico	→	04	<b>XIII</b>	Junho · S9, S10 + KPIs	→	13
<b>V</b>	Plano 3 meses	→	05	<b>XIV</b>	Julho · abertura + S11	→	14
<b>VI</b>	Maio · abertura	→	06	<b>XV</b>	Julho · S12 e S13	→	15
<b>VII</b>	Maio · S0 e S1	→	07	<b>XVI</b>	Julho · S14 e S15	→	16
<b>VIII</b>	Maio · S2 e S3	→	08	<b>XVII</b>	Julho · artefatos e acumulado	→	17
<b>IX</b>	Maio · S4 e S5	→	09	<b>XVIII</b>	Consolidado 90 dias	→	18

20 PÁGINAS · HOST GROTESK + BRITTI SANS · RENDERIZADO 20/04/2026

# Ficha. Do documento.

## CLIENTE

L'Acqua Marina Home Resort · Grupo L'Acqua · Nelson (decisor) e Rafael Miranda (líder operacional).

## PRODUTO

Multipropriedade escriturada em chalés A-frame no Lago Corumbá IV, Abadiânia · GO, a 1h de Brasília. Lei 13.777/2018.

## PERÍODO

01 de maio a 31 de julho de 2026 · 90 dias corridos · 3 marcos mensais de entrega formal.

## META AGREGADA 90 DIAS

100 leads qualificados, CPL médio até R\$ 200, 33 visitas, 8 reservas formalizadas, primeira escritura via funil digital.

## ORÇAMENTO INDICATIVO

R\$ 53.000 total · Squad R\$ 25.500 · média R\$ 16.500 · design/dev R\$ 6.000 · logística R\$ 5.000.

## CADÊNCIA

Reunião semanal segunda 10h · leitura parcial sexta · relatórios formais 29/05, 29/06, 29/07.



Rota BR-060. Proximidade torna a visita viável em meio dia útil a partir de Brasília — eixo central da narrativa "patrimônio a 1h".

# O produto existe. A narrativa precisa existir também.

O L'Acqua Marina tem o único produto defensável do Lago Corumbá IV: chalé A-frame escriturado pela Lei 13.777/2018, a 1h de Brasília. Essa vantagem vem sendo desperdiçada toda vez que alguém abre o site e encontra banco de imagens, abre o Instagram e encontra narrativa fragmentada, ou pesquisa no YouTube e não acha nada.

Diagnóstico 20/04/2026: a percepção atual é de pousada bonita. A intenção de compra fica morna porque o eixo de comunicação está no produto errado. Squad Film entra para virar o eixo para **fração de patrimônio com escritura**, reforçando o tripé patrimônio, experiência e rentabilidade potencial.



*Sobriedade cinematográfica estilo Aman · Rosewood · Six Senses.  
Distante de linguagem festiva de temporada.*

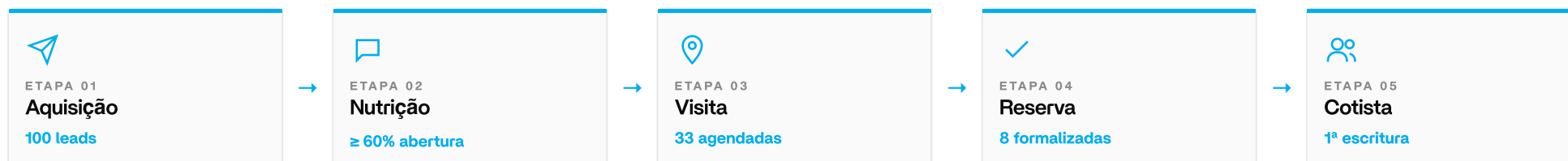
REFERÊNCIA ESTÉTICA · SQUAD FILM · DIREÇÃO CRIATIVA

## ⚠ RISCO CRÍTICO

Plantas e tabela de vendas precisam chegar até **25/04** para o cronograma de maio não escorregar uma semana inteira.

## 🕒 JANELA CURTA

Wyndham prepara entrada na região. A vantagem de ser o primeiro produto com escritura se desgasta a cada trimestre.



# Três meses. Fundação, prova e escala.

Cada mês tem um marco, uma meta e uma função narrativa. O ciclo só funciona inteiro — saltar uma etapa trava o ciclo seguinte.

MAIO · 2026



MÊS 1

## Fundação

- 25 leads · CPL ≤ R\$ 200
- Institucional 90 s + landing
- Hard launch 07/05

### FUNÇÃO NARRATIVA M1

Instalar a marca. Primeira peça cinematográfica no ar.

JUNHO · 2026



MÊS 2

## Prova

- 35 novos · CPL ≤ R\$ 180
- 4 cortes verticais + depoimento
- Simulador v2 e v3

### FUNÇÃO NARRATIVA M2

Prova social. Primeiro cotista fala na câmera.

JULHO · 2026



MÊS 3

## Escala

- 40 novos · CPL ≤ R\$ 160
- Mini-série 3 episódios
- Pré-venda Bloco B

### FUNÇÃO NARRATIVA M3

Operação recorrente. Mini-série + relatório trimestral.

ACUMULADO · 90 D



CONSOLIDADO

## Relatório trimestral

- 100 leads · CPL médio R\$ 182
- 33 visitas · 8 reservas
- Primeira escritura via funil

## 01

# Maio. Fundação e primeiro lançamento.

Travar a marca em 4 semanas. Produzir o institucional cinematográfico de 90 s, colocar a landing /investidores no ar, reformular o Instagram, abrir o YouTube oficial e ativar Meta e Google Ads. Soft launch em 01/05, hard launch em 07/05, relatório formal 29/05.

25 leads qualificados no mês, CPL médio até R\$ 200, 3 visitas agendadas, 1 reserva formalizada até 31/05, institucional em 3 canais, landing convertendo  $\geq 3$  por cento.

## ⚡ GATILHOS PARA RODAR

Contrato assinado até 24/04 · depósito Bloco A até 25/04 · plantas e tabela do Rafael até 22/04 18h · material oficial até 25/04 · autorização captação 28 a 30/04. **Se qualquer um escorregar, o cronograma desloca uma semana inteira.**

25

### LEADS · MAI

CPL médio  $\leq$  R\$ 200

3

### VISITAS

agendadas no mês

1

### RESERVA

formalizada até 31/05

 $\geq 3\%$ 

### LANDING

conversão mínima

### ENTREGAS AV

Institucional 90 s · YouTube vídeo 2 · 6 Reels · 8 posts feed.

### DIGITAL

Landing /investidores · simulador v1 · Meta e Google Ads ativos.

### RELATÓRIO

29/05 · PDF 20 páginas via pdf-squad-design · Nelson + Rafael.

# Semana 0 e 1. Pré-produção, captação e soft launch.







**LEADS ESPERADOS**  
2 / 25 · soft launch

**PEÇAS ENTREGUES**  
1 post manifesto · roteiro v1

**MARCO**  
Captação concluída 30/04





## SEMANA 0 · 21 A 27/04 · INTERNA

### Destravar contrato e preparar captação.

-  **21/04 Seg.** Minuta contratual ao Nelson no grupo WhatsApp. Kickoff interno Squad: diretor, DOP, drone, still, sound, color, dev, tráfego.
-  **22/04 Ter.** Receber plantas e tabela de vendas do Rafael. Escalar com Nelson se não chegar. Moodboard travado: Aman, Rosewood, Six Senses.
-  **23/04 Qua.** Roteiro v1 do institucional 90 s. Decupagem: golden hour, drone, subaquática, textura madeira, close em escritura.
-  **24/04 Qui.** Contrato assinado. Depósito Bloco A liberado. Reservas hotel Abadiânia 29/04 a 02/05, Inspire 3, FX6 + primes, Sony A1.
-  **25/04 Sex.** Aprovação interna do roteiro. Storyboard 6 sequências.
-  **26-27/04** Viagem de prep. Scout presencial, marcação de ângulos, teste de luz.

## SEMANA 1 · 28/04 A 04/05 · CAPTAÇÃO + SOFT LAUNCH

### Gravar o institucional e abrir a marca no Instagram.

-  **28-30/04** Três dias de captação. Dia 1 aéreas e amanhecer. Dia 2 interior, ensaio casal e família, golden hour e estrelado. Dia 3 detalhes e ambient sound.
-  **01/05 Qui. Soft launch.** Post único Instagram: imagem-manifesto aérea amanhecer. Legenda institucional curta. Nada mais neste dia.
-  **02-03/05** Retorno ao estúdio. Backup triplo HD, NAS e cloud. 80 selects a partir de 2.000 brutos.
-  **04/05 Dom.** Primeiro corte do institucional 90 s. Color inicial.

# Semana 2 e 3. Hard launch e conteúdo de prova.

## LEADS ESPERADOS

13 novos · 15 acumulados

## PEÇAS ENTREGUES







Inst. 90 s · landing · 3 Reels

## MARCO

Hard launch 07/05 · Ads ON







## SEMANA 2 · 05 A 11/05 · HARD LAUNCH

### Ir ao ar em 3 canais e ligar o tráfego pago.

-  **05/05 Seg.** Segundo corte e trilha original (cordas + piano, 70 BPM, ref. Max Richter). Copy hero da landing v1.
-  **06/05 Ter.** Fechamento do institucional. Export DCP, 4K HDR YouTube, 1080p 9:16. Landing em staging.
-  **07/05 Qua.** **Hard launch.** Go-live landing /investidores. Upload YouTube oficial. Post teaser 30 s, carrossel 5 slides, Reel 1 de 60 s.
-  **08/05 Qui.** Ativação Meta Ads: cold Brasília 35 a 55 A/B+, lookalike investidores, cold Goiânia, retargeting. R\$ 400/dia.
-  **09/05 Sex.** Google Ads Search termos-âncora + YouTube TrueView com institucional. R\$ 300/dia.
-  **10-11/05** Monitoramento. Response time meta: 2h comercial, 12h fora do expediente.

## SEMANA 3 · 12 A 18/05 · PROVA + VÍDEO 2

### Educar o mercado e capturar banco de depoimentos.

-  **12/05 Seg.** Carrossel comparativo multipropriedade × timeshare × segunda residência. Reel 2 com diretor de vendas.
-  **13/05 Ter.** YouTube vídeo 2 de 3 min 30 s: "Onde fica o L'Acqua Marina". Mapa animado Brasília → Abadiânia → lago.
-  **14/05 Qua.** Carrossel Lei 13.777/2018 em 6 slides. Comunicação sóbria, sem linguagem de brochura.
-  **15/05 Qui.** Reel 3 de 60 s, bastidores da captação. Legenda sóbria.
-  **16/05 Sex.** Primeira leitura semanal. Pausar anúncios com CPL > R\$ 250 e dobrar os com CPL < R\$ 150.
-  **17-18/05** Captação depoimento do Rafael no canteiro e do Nelson no escritório. Banco para as semanas seguintes.

# Semana 4 e 5. Simulador no ar e relatório formal.

## LEADS ESPERADOS

10 novos · 25 acumulados

## PEÇAS ENTREGUES







Simulador v1 · 3 Reels · relatório

## MARCO

Relatório M1 · 29/05






## SEMANA 4 · 19 A 25/05 · SIMULADOR + ESCALADA

### Entregar ferramenta de venda e escalar o que funciona.







-  **19/05 Seg.** Post aérea CTA "simulação na bio". Go-live simulador uso e pool na landing, disclaimer visível, base Hotelaria em Números 2025.
-  **20/05 Ter.** Reel 4 de 60 s, tour A-frame plano-sequência. Zero texto em tela, só trilha.
-  **21/05 Qua.** Post Aurora Oasis (Squad Film 2025, mesmo lago). Validação por proxy.
-  **22/05 Qui.** Reel 5 de 30 s, "Uma semana em quatro temporadas". Abertura TripAdvisor e Google Maps com foto autoral.
-  **23/05 Sex.** Segunda leitura de métricas. Resumo 1 página para Nelson em Host Grotesk.
-  **24-25/05** Responder leads. Revisão da landing com heatmap (Hotjar ou PostHog).

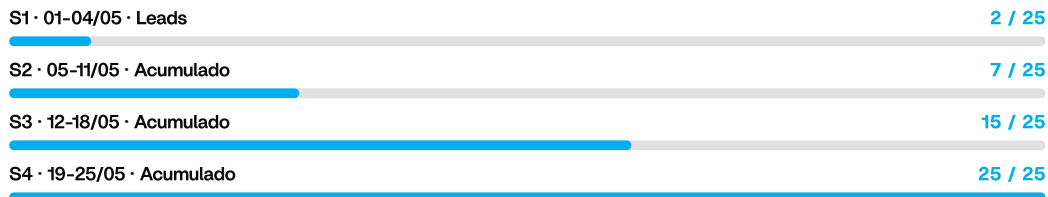
## SEMANA 5 · 26 A 31/05 · CONSOLIDAÇÃO

### Fechar o mês com número e entregar relatório formal.

-  **26/05 Seg.** Post depoimento em texto + foto do Rafael sobre visão do empreendimento.
-  **27/05 Ter.** Reel 6 de 50 s, "Por que um A-frame no cerrado". Fala do arquiteto ou diretor criativo.
-  **28/05 Qua.** Post primeiro número público: "23 leads qualificados em 3 semanas, 4 visitas agendadas". Transparência gera tração investidor.
-  **29/05 Qui.** **Relatório formal Mês 1** para Nelson em PDF Host Grotesk: diagnóstico, entregas, números, CPL por canal, previsão Mês 2, decisões pendentes.
-  **30-31/05** Kickoff interno de Mês 2.

# Maio. Artefatos prontos e KPIs semana a semana.

 <p><b>Institucional 90 s</b> MP4 16:9 + 9:16 + DCP 06/05</p>	 <p><b>Landing /investidores</b> Web responsiva 07/05</p>	 <p><b>YouTube · Onde fica</b> MP4 16:9 · 3 min 30 s 13/05</p>
 <p><b>6 Reels maio</b> MP4 9:16 · 30 a 60 s 07-27/05</p>	 <p><b>8 posts feed</b> PNG 1080x1350 01-28/05</p>	 <p><b>Simulador v1</b> Componente landing 19/05</p>



# 25

**LEADS**  
CPL ≤ R\$ 200

# 3

**VISITAS**  
agendadas

# 1

**RESERVA**  
até 31/05

# 3%

**LANDING**  
conversão mínima

✓ **VALIDAÇÃO MÊS 1 · RELATÓRIO 29/05**

Institucional em 3 canais · landing ≥ 3% · 25 leads · CPL médio abaixo de R\$ 200 · 3 visitas · 1 reserva · relatório em PDF.

## 02

# Junho. Aceleração e prova.

Sair de novidade para movimento. Primeiro cotista fala. Simulador refinado vira ferramenta de venda. 4 cortes verticais quebram o silêncio. Escalada de mídia condicionada ao CPL fechado em maio.

**Meta numérica.** 60 leads acumulados (35 novos no mês), CPL ≤ R\$ 180, 10 visitas, 2 reservas formalizadas, 1 depoimento em vídeo publicado.

## ⚡ GATILHOS

Relatório Mês 1 aprovado · 1 cotista fechado · depósito Bloco B liberado (R\$ 12.500).

“

*Quando o primeiro cotista fala, a objeção principal do mercado desaparece.*

TESE OPERACIONAL · MÊS 2

📅 SEMANA 6 · 01 A 07/06 · ABERTURA + CORTE 1

## Abrir o mês, publicar primeiro corte vertical e captar depoimento.

- 👥 **01/06 Seg.** Reunião Squad × Rafael 10h. Leitura de maio, recalibragem. Definir protagonista do depoimento. Ativar Meta Remarketing R\$ 500/semana.
- 📅 **02/06 Ter.** Primeiro corte vertical 20 s · Reels + TikTok + Shorts 19h. Tema "O patrimônio que vira descanso". CTA "Link na bio pra simular sua cota".
- ✍️ **03/06 Qua.** Pré-produção depoimento: briefing com cotista, 5 perguntas-guia, logística de gravação.
- 📄 **04/06 Qui.** Carrossel 11h: "3 perguntas que todo cotista faz antes de assinar" (objeções antecipadas).
- 📊 **05/06 Sex.** Stories bastidores. Relatório interno semanal: CPL remarketing × prospecção.
- 📷 **06/06 Sáb.** Captação depoimento cotista 9h. Mínimo 2h, 3 locações (chalé, deck, nascente). Câmera principal + secundária.

# Semana 7 e 8. Cortes 2, 3 e 4 e depoimento publicado.

## LEADS ESPERADOS

19 novos · 44 acumulados

## PEÇAS ENTREGUES







3 cortes · depoimento · simulador v2

## MARCO

Publicação depoimento 16/06







## SEMANA 7 · 08 A 14/06 · CORTES 2 E 3 + EDIÇÃO

### Publicar cortes e fechar depoimento para aprovação.

-  **08/06 Seg.** Reunião 10h. Aprovar moodboard do depoimento (cor, ritmo, tom). Montar timeline 2 min + recorte vertical 45 s.
-  **09/06 Ter.** Segundo corte vertical 20 s, 19h. Tema "1h de Brasília, 0 resort urbano".
-  **10/06 Qua.** Tratamento de cor e áudio do depoimento. Aprovação interna.
-  **11/06 Qui.** Terceiro corte vertical 20 s, 19h. "Multipropriedade não é timeshare". Post simulador "Quanto rende sua cota no pior cenário".
-  **12/06 Sex.** Envio do depoimento versão longa para Nelson aprovar. Janela de ajuste 24h.
-  **13/06 Sáb.** Edição refinada do simulador. Deploy v2: valor cota, período, cenário pessimista/realista/otimista.

## SEMANA 8 · 15 A 21/06 · PUBLICAÇÃO + CORTE 4

### Entregar prova social em 4 canais ao mesmo tempo.

-  **15/06 Seg.** Reunião 10h. Leitura parcial de KPIs na metade do mês. Ajuste final de copy do depoimento.
-  **16/06 Ter.** **Publicação do depoimento** versão longa 2 min: site, YouTube, Instagram feed, stories série 5 slides. Meta Ads com depoimento como criativo principal, R\$ 1.000/semana.
-  **17/06 Qua.** Quarto corte vertical 20 s, 19h. Tema "Cotista fala. Empreendimento entrega".
-  **18/06 Qui.** Carrossel "Como funciona uma cota: 5 slides visuais".
-  **19/06 Sex.** Primeira visita agendada do mês. Squad acompanha via call para registrar aprendizado de sales. Relatório semanal: impacto do depoimento no CPL.
-  **20/06 Sáb.** Stories responde 3 objeções principais coletadas em DM.

# Fim de junho. Testes, escalada e relatório.

## SEMANA 9 · 22 A 28/06 · A/B + ESCALADA

### Decidir escalada por dado e rodar 3 headlines em A/B.







- 22/06 Seg.** Reunião 10h. Escalada budget por CPL. A/B hero: depoimento em loop × institucional 90 s.
- 23/06 Ter.** Post "Bastidores da obra" (foto autorizada ou render 3D).
- 24/06 Qua.** 3 variantes Meta Ads em A/B: V1 "Seu primeiro patrimônio em multipropriedade" · V2 "Antes era impossível, agora é uma cota" · V3 "O A-frame que você usa 30 dias por ano e revende quando quiser".
- 25/06 Qui.** Segunda visita agendada. Registrar aprendizado.
- 26/06 Sex.** Post feed 30 s: montagem dos 4 cortes + frase de tese.
- 27/06 Sáb.** Se reserva formalizada: stories "Mais uma cota reservada. Restam X" (tom institucional).

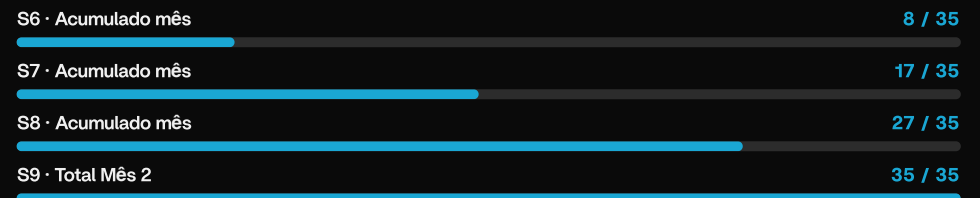
## SEMANA 10 · 29 A 30/06 · FECHAMENTO

### Entregar relatório e documentar retrospectiva.

- 29/06 Seg.** Reunião 10h. **Relatório Mês 2:** leads, CPL, visitas, reservas, performance depoimento, análise A/B.
- 30/06 Ter.** Retrospectiva Squad. Deploy simulador v3 baseado em feedback de visita.

## A2 6 ARTEFATOS · MÊS 2

 <p><b>4 cortes verticais 20 s</b> MP4 9:16 02 · 09 · 11 · 17/06</p>	 <p><b>Depoimento longo</b> MP4 16:9 · 2 min 16/06</p>	 <p><b>Recorte social</b> MP4 9:16 · 45 s 16/06</p>
 <p><b>Simulador v2 / v3</b> Componente 13 · 30/06</p>	 <p><b>3 carrosséis</b> PNG 1080x1350 04 · 11 · 18/06</p>	 <p><b>Relatório Mês 2</b> PDF 20 páginas 29/06</p>



03

# Julho. Escala e leitura de negócio.

Transformar a campanha em produto operacional recorrente. Segundo capítulo audiovisual. Mini-série "Cotistas Reais". Remarketing sofisticado. Primeiro relatório formal de performance comercial completo. Pré-venda Bloco B se autorizada pelo Nelson.






**Meta numérica.** 100 leads acumulados (40 novos), CPL ≤ R\$ 160, 20 visitas, 5 reservas, 3 depoimentos da mini-série.

## GATILHOS

Relatório Mês 2 aprovado · **2 cotistas fechados** (base da mini-série) · depósito Bloco C liberado (R\$ 12.500).

## SEMANA 11 · 01 A 05/07 · ABERTURA 2º CAPÍTULO

### Ancorar a narrativa de operação e captar o Episódio 1.

-  **01/07 Ter.** Kickoff Mês 3 Squad x Nelson x Rafael 14h30. Alinhar tese "segundo capítulo". Post "100 dias de L'Acqua Marina Home Resort" (tom de jornada).
-  **02/07 Qua.** Pré-produção mini-série 3 episódios 2 min cada. Briefing dos 3 protagonistas: casal família, investidor solo, investidor corporativo.
-  **03/07 Qui.** Carrossel "O que aprendemos com 35 leads qualificados" (dados agregados sem expor pessoas).
-  **04/07 Sex.** Teaser 15 s da mini-série em Stories e Reels. Estreia anunciada: 15/07.
-  **05/07 Sáb.** Captação Episódio 1 (casal família). 3h de gravação, 3 locações (interior, deck beira-lago, nascente).

SEMANA 11 · 15  73% · 90 D

# Semana 12 e 13. Captação dos episódios e estreia da mini-série.

**LEADS ESPERADOS**  
21 novos · 81 acumulados

**PEÇAS ENTREGUES**  
Ep.1 + Ep.2 publicados

**MARCO**  
Estreia mini-série 15/07

📅 SEMANA 12 · 06 A 12/07 · CAPTAÇÃO EP.2 E EP.3

## Fechar a trilogia de cotistas e aprovar o Ep.1.

- 🗓️ **06/07 Seg.** Reunião Squad x Rafael 10h. Status da captação mini-série.
- 📷 **07/07 Ter.** Captação Episódio 2 (investidor solo). 3h. Post 11h: frame atmosférico, foco em luz e textura, sem rosto.
- 🔪 **08/07 Qua.** Tratamento de cor e áudio do Episódio 1.
- 📷 **09/07 Qui.** Captação Episódio 3 (investidor corporativo). 3h. Stories série 5 slides "3 perfis, 1 produto".
- 📺 **10/07 Sex.** Montagem Ep.1. Aprovação protagonista + Nelson.
- 🔪 **11/07 Sáb.** Tratamento Ep.2 e Ep.3. Versões 2 min + recorte 45 s cada.

▶ SEMANA 13 · 13 A 19/07 · ESTREIA MINI-SÉRIE

## Abrir Ep.1 e Ep.2 em 4 canais com remarketing segmentado.

- 🗓️ **13/07 Seg.** Reunião 10h. Confirmar calendário de lançamento.
- 📷 **14/07 Ter.** Carrossel "Como uma cota se paga: 3 cenários reais". Meta Ads mini-série R\$ 1.500/semana, criativo rotativo entre os 3 episódios.
- ▶ **15/07 Qua.** **Estreia Episódio 1** 19h: YouTube, Instagram feed, Stories série, landing. E-mail marketing segmentado para 100 leads (quentes, mornos, frios).
- 📷 **16/07 Qui.** Stories bastidores da captação do Ep.1.
- 📺 **17/07 Sex.** Post feed frame parado do Ep.1 com quote do protagonista.
- ▶ **18/07 Sáb.** **Estreia Episódio 2** 19h. Remarketing: quem assistiu ≥ 50% do Ep.1 vê Ep.2 orgânico + ads.

SEMANA 13 · 15 ————— 86% · 90 D

# Semana 14 e 15. Estreia Ep.3 e fechamento do trimestre.

## LEADS ESPERADOS

19 novos · 100 acumulados

## PEÇAS ENTREGUES







Ep.3 · relatório trimestral

## MARCO

Relatório 29/07 · fim 90 d






## ▶ SEMANA 14 · 20 A 26/07 · ESTREIA EP.3 + PARCIAL

### Fechar a série e responder o mercado em tempo real.







-  **20/07 Seg.** Reunião 10h. Leitura de performance da série: retenção, CPL pós-estreia, leads novos.
-  **21/07 Ter.** Estreia Episódio 3 19h.
-  **22/07 Qua.** Carrossel "Perguntas que ficaram depois da série" (respondidas em slides a partir de DM).
-  **23/07 Qui.** Stories Q&A com Rafael. 5 perguntas curadas, resposta de 30 s cada. Tom de confiança + posição institucional.
-  **24/07 Sex.** Relatório parcial S14 para Nelson: performance da mini-série + quinta reserva formalizada (hipótese).
-  **25/07 Sáb.** Se reserva formalizada: post "Cota reservada. Restam X unidades" (tom contido).

## 📅 SEMANA 15 · 27 A 31/07 · RELATÓRIO TRIMESTRAL

### Entregar relatório trimestral e decidir Mês 4.

-  **27/07 Seg.** Reunião estratégica Squad × Nelson × Rafael 14h30. Fechamento do trimestre. Decisão sobre Mês 4.
-  **28/07 Ter.** Compilação final: 100 leads, 20 visitas, 5 reservas, CPL médio R\$ 170, engajamento consolidado.
-  **29/07 Qua.** **Relatório Formal Trimestral:** PDF 20 págs via pdf-squad-design. Seções: tese, execução, resultados quantitativos, aprendizados qualitativos, próximos passos. Apresentação presencial ou Zoom.
-  **30/07 Qui.** Post institucional "90 dias de L'Acqua Marina Home Resort" (retrospectiva visual). Stories bastidores da reunião trimestral.
-  **31/07 Sex.** Retrospectiva Squad: SWOT de 90 dias, backlog Mês 4, lições documentadas.

# Julho. Peças, números e leitura de trimestre.

 <p><b>Mini-série 3 ep.</b> MP4 16:9 · 2 min cada <b>15 · 18 · 21/07</b></p>	 <p><b>3 recortes sociais</b> MP4 9:16 · 45 s <b>C/ ESTREIA</b></p>	 <p><b>Teaser mini-série</b> MP4 9:16 · 15 s <b>04/07</b></p>
 <p><b>4 carrosséis</b> PNG 1080x1350 <b>03 · 14 · 22 · 30/07</b></p>	 <p><b>Stories Q&amp;A</b> MP4 9:16 · 30 s <b>23/07</b></p>	 <p><b>Relatório Trimestral</b> PDF 20 pág · via pdf-squad-design <b>29/07</b></p>

SEMANA	LEADS	CPL	VIS.	RES.
S11 · 01-05/07	8	R\$ 175	3	0
S12 · 06-12/07	9	R\$ 170	4	1
S13 · 13-19/07	12	R\$ 160	5	1
S14 · 20-26/07	11	R\$ 165	5	1
S15 · 27-31/07	—	—	3	2
<b>Total Mês 3</b>	<b>40</b>	<b>R\$ 167</b>	<b>20</b>	<b>5</b>
<b>Acumulado 90 d</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 182</b>	<b>33</b>	<b>8</b>

17

**PEÇAS AV**

inst., depo., série, cortes

79

**PEÇAS SOCIAIS**

posts e carrosséis

3

**RELATÓRIOS**

2 mensais + 1 trimestral

R\$53k

**INVEST. TOTAL**

Squad + mídia + dev

# Consolidado. Marcos, meta agregada e orçamento.

Fechamento objetivo do trimestre: 100 leads qualificados · R\$ 182 de CPL médio · 33 visitas · 8 reservas formalizadas · primeira escritura via funil digital. Abaixo, a linha de prova, a leitura numérica e a estrutura orçamentária.

## 100

### LEADS QUALIFICADOS

acumulados em 90 dias · funil completo

## R\$182

### CPL MÉDIO

abaixo do benchmark do setor

## 33

### VISITAS AGENDADAS

presenciais · Brasília → Iago

## 8

### RESERVAS FORMALIZADAS

primeira escritura via funil digital

## L1 LINHA DE PROVA

MARCO	DATA	ENTREGA
M1 · Fundação	07/05	Landing + institucional 90 s + 5 peças Instagram.
M2 · Prova	16/06	Depoimento longo do primeiro cotista publicado.
M3 · Escala	29/07	Mini-série + relatório trimestral + 5 reservas.

## O1 ORÇAMENTO AGREGADO

CATEGORIA	M1	M2	M3	TOTAL
Captação + edição Squad	R\$ 8.000	R\$ 7.500	R\$ 10.000	R\$ 25.500
Mídia Meta + Google	R\$ 4.000	R\$ 5.500	R\$ 7.000	R\$ 16.500
Design + dev landing	R\$ 3.000	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 6.000
Logística	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 2.000	R\$ 5.000
<b>Total</b>	<b>R\$ 16.500</b>	<b>R\$ 16.000</b>	<b>R\$ 20.500</b>	<b>R\$ 53.000</b>

# Mês 4. Vai ou não vai.

Decisão go / no-go em 29/07, ancorada em três critérios objetivos. Se qualquer um falhar, abre janela de recalibragem de 15 dias antes de decidir continuidade.

## 1 · PERFORMANCE MÍNIMA

5 reservas formalizadas e 100 leads acumulados em 90 dias.

## 2 · CPL SOB CONTROLE

CPL médio  $\leq$  R\$ 200 no acumulado.

## 3 · DECISÃO ESTRATÉGICA

Nelson aprova tese para a próxima fase (pré-venda Bloco B e/ou expansão Goiânia).

Reaplicadas em toda peça do programa. Violação de qualquer linha pausa a peça antes da publicação.

- Zero em-dash em copy ou legenda de rede social.
- Zero foto de Unsplash ou banco. Só captação própria ou arquivo oficial do cliente.
- Zero promessa "garanta X por cento ao ano". Só potencial com disclaimer visível.
- Zero emoji em material formal.
- Assinatura padrão **Squad Film · Direção** em material cliente-facing.
- Grafia **L'Acqua Marina Home Resort** travada em todas as peças.
- Só [squadfilm.com](http://squadfilm.com) e [@squadfilme](https://www.instagram.com/squadfilme). Zero [theversionofus.com](http://theversionofus.com).

SQUAD FILM · DIREÇÃO · CINEMA DE PERFORMANCE

# Do audiovisual ao comercial. Uma só narrativa.

90 dias para consolidar a narrativa do Programa Investidores L'Acqua Marina Home Resort. Produção cinematográfica, landing, mídia paga, depoimentos e mini-série funcionando como um sistema comercial único, mensurável e recorrente.



SQUAD FILM · SQUADFILM.COM · @SQUADFILME