

SQUAD FILM · DOCUMENTO EDITORIAL



# Estratégia L'Acqua Marina Home Resort. 6 meses para o lançamento.

Proposta integrada de marketing, audiovisual e comercial. Duas fases, sete frentes, um só caminho até outubro de 2026.

SQUAD FILM · SQUADFILM.COM · @SQUADFILME · ABRIL · 2026

# O que vamos fazer, em uma página.

Um resumo curto e direto. Esses seis pontos cobrem tudo que está nas próximas dezessete páginas. Se precisar ler só isso, você já entende a proposta.

**01 Duas fases claras**  
Programa Investidores agora, em maio. Lançamento público grande em outubro.

**03 Sete frentes integradas**  
Vídeo, site, redes sociais, anúncios, visitas, imprensa e vendas. Tudo conversando entre si.

**05 Metas concretas**  
6 cotas de investidor vendidas até setembro. 40 reservas no lançamento de outubro.

**02 Seis meses de trabalho contínuo**  
Maio, junho, julho, agosto, setembro e outubro. Nada de corrida curta.

**04 Audiovisual, digital e presencial juntos**  
A câmera do Squad conversa com o site, com o anúncio e com a visita no chalé.

**06 Investimento total estimado**  
R\$ 192.500 distribuídos nos 6 meses. Ajustável conforme prioridades.

# O momento agora. Sinal verde para começar.

Essa proposta foi construída com base no que o Rafael compartilhou no grupo no dia 20 de abril, depois da reunião com a construtora. Estamos respondendo ao que você disse, não adivinhando.

## 20/04

### GRUPO CRIADO

WhatsApp oficial Squad x L'Acqua

## 2

### FASES CONFIRMADAS

Investidor agora, lançamento em outubro

## 21/04

### ESTA PROPOSTA

Documento inicial para avaliação

## 27/04

### KICKOFF ALVO

Início operacional após contrato

#### TRÊS DECISÕES DO CLIENTE JÁ TRAVADAS

**Primeiro:** 6 chalés vão pro Programa Investidores (10% do empreendimento). **Segundo:** o restante espera outubro para lançamento público. **Terceiro:** a campanha começa assim que as imagens ficarem prontas. Essa proposta está desenhada pra isso.

# Duas fases, dois tipos de cliente.

A estratégia trabalha com dois momentos bem diferentes. Cada um tem um público, um valor e uma forma de vender. Separar ajuda a ganhar tração em cada um.



## FASE 1 · AGORA

### Programa Investidores

**R\$ 14.700** à vista por cota

MAIO A SETEMBRO · 2026

- 6 **chalés** destinados ao programa (10% do empreendimento)
- Cliente é **investidor** procurando rentabilidade
- Objetivo: colocar 6 cotas e gerar **prova social** pra fase 2
- Venda seletiva, trabalho consultivo, narrativa forte



## FASE 2 · OUTUBRO

### Lançamento público

**R\$ 20.990** total parcelado

OUTUBRO · 2026

- **Restante dos chalés** (90% do empreendimento)
- Cliente é **comprador de uso** mais patrimônio
- Entrada R\$ 2.000 + 6 parcelas semestrais + 30 mensais
- Meta de 40 reservas em outubro, aproveitando a prova acumulada

**Por que separar?** Porque o investidor compra em minutos quando vê boa oportunidade. Já o comprador final precisa de confiança, prova e tempo. Misturar os dois públicos trava a venda dos dois.

# Sete frentes, uma só narrativa.

Pensamos em sete frentes de trabalho que se conectam entre si. Tudo começa no vídeo bem feito do empreendimento, passa pelo site, vira anúncio, vira visita presencial e termina em venda fechada.



## FRENTE 01

### Audiovisual

Vídeos institucionais, depoimentos e mini-série para alimentar todos os canais.



## FRENTE 02

### Site e landing page

Página de conversão com simulador e formulário que captura interesse de quem visita.



## FRENTE 03

### Instagram e YouTube

Conteúdo orgânico com ritmo fixo. Constrói audiência e confiança ao longo dos meses.



## FRENTE 04

### Anúncios pagos

Campanhas no Instagram, Facebook e Google. Leva seu vídeo pra quem tem perfil de comprar.



## FRENTE 05

### Experiência e visitas

Como o cliente é recebido no empreendimento. Tour, degustação, kit personalizado.



## FRENTE 06

### Imprensa e parcerias

Matérias em jornais, podcasts e parcerias com restaurantes e hotéis premium.



## FRENTE 07

### Vendas

Material de apoio, scripts e treinamento do time comercial do Grupo Leader.



## RESULTADO

### Tudo integrado

Cada frente alimenta a outra. Um vídeo vira post, vira anúncio, vira visita.



## FRENTE 01 · AUDIOVISUAL

# A câmera do Squad conta a história.

Principais meses: maio, junho, agosto, setembro e outubro

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Produzir uma série de vídeos com a mesma assinatura visual do Squad. Cada um cumpre um papel dentro da campanha: apresentar, emocionar, provar e fechar.

**Por que isso importa:** um vídeo bem feito gera confiança em segundos. Sem vídeo forte, todo o resto fica mais caro (o anúncio não converte, o site não encanta, a visita não acontece).

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- **1 institucional de 90 segundos** · maio · pilar do lançamento
- **4 cortes verticais de 20 segundos** · junho · pra Reels e anúncios
- **1 depoimento longo 2 minutos** · junho · prova real
- **Mini-série 3 episódios** · julho · histórias de quem já comprou
- **2º institucional 60 segundos** · agosto · camada de maturidade
- **Mini-documentário 5 minutos** · setembro · aprofunda a história
- **Vídeo de lançamento 120 segundos** · outubro · abertura oficial



## FRETE 02 · SITE E LANDING PAGE

# Onde o interesse vira conversa.

Principais meses: maio (Fase 1) e setembro (Fase 2)

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Duas páginas dedicadas. A primeira é o **Programa Investidores**, com simulador que mostra como funciona a cota de R\$ 14.700. A segunda é o **site público dos chalés**, com simulador das parcelas R\$ 433 por mês.

**Por que isso importa:** quem vê o anúncio precisa cair numa página que já responde às perguntas principais. Essa página filtra quem está só curioso e entrega pro vendedor só quem tem perfil real.

**Simulador:** ferramenta onde a pessoa coloca o valor da cota ou parcela e vê simulação automática. Funciona como um porteiro educado que dá informação antes de chamar o vendedor.

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- Landing do Programa Investidores no ar em maio
- Simulador da cota (R\$ 14.700 à vista) integrado
- Formulário com 5 perguntas pra filtrar quem tem perfil investidor
- Site público dos chalés no ar em setembro
- Simulador das parcelas (R\$ 433/mês) integrado
- Pixel de anúncio instalado desde o dia 1
- Integração com CRM simples pra o time comercial receber os leads



## FRENTE 03 · REDES SOCIAIS

# Conteúdo constante, audiência crescente.

**Duração:** todos os 6 meses, com cadência semanal fixa

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Construir audiência orgânica no Instagram e no YouTube com um calendário fixo de publicações. Cada dia da semana tem um formato definido, sem improviso.

**Por que isso importa:** audiência construída aos poucos é a mais barata e a que confia mais.

Quando o lançamento chegar em outubro, a conta já vai ter seguidores engajados e pagos só pelo orgânico.

**Rotina semanal:** segunda carrossel educativo · terça Reels · quarta foto · quinta stories · sexta vídeo no feed · sábado stories interativos · domingo citação.

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- **Gestão completa do Instagram** oficial L'Acqua Marina
- **Produção e edição** de 6 peças por semana
- **Stories diários** com bastidores e resposta às mensagens
- **Canal YouTube** com os vídeos longos (institucional, depoimentos, mini-série)
- **Relatório mensal** com crescimento, engajamento e mensagens qualificadas

**Meta:** +2.000 seguidores em 6 meses, 15 mensagens qualificadas por mês nos direct.



## FRENTE 04 · ANÚNCIOS PAGOS

# Seu vídeo para quem tem perfil.

Investimento em mídia (6 meses): R\$ 56.000 totais, crescendo mês a mês

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Colocar o vídeo institucional, os depoimentos e a mini-série em anúncios no Instagram, Facebook e Google. A segmentação é feita por perfil, região e interesse.

Também fazemos anúncios novos pra quem já interagiu com o primeiro vídeo ou visitou o site. Essa pessoa já sabe da L'Acqua, então vê um anúncio diferente (mais direto, mais pra fechar).

**Custo por pessoa interessada:** a meta é gastar no máximo R\$ 150 em anúncio pra gerar cada contato novo com perfil qualificado. Começa um pouco mais alto em maio e vai caindo conforme o anúncio amadurece.

## 📄 COMO O INVESTIMENTO CRESCE

MÊS	MÍDIA TOTAL
Maio	R\$ 4.000
Junho	R\$ 5.500
Julho	R\$ 7.000
Agosto	R\$ 8.500
Setembro	R\$ 11.000
Outubro (lançamento)	R\$ 20.000
<b>Total</b>	<b>R\$ 56.000</b>



## FRENTE 05 · EXPERIÊNCIA

# A visita ao chalé é o momento da decisão.

**Principais meses:** junho (workshop), agosto (influenciador), outubro (lançamento)

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Transformar a visita ao empreendimento em experiência inesquecível. Desde a chegada até a despedida, cada etapa é planejada para emocionar e convencer.

**Protocolo da visita:** chegada com guia · apresentação de 15 minutos · tour de 45 minutos · degustação regional · simulador rodando ao vivo · kit de presente personalizado.

**Por que isso importa:** visita bem feita converte 1 em cada 4 pessoas. Visita ruim converte 1 em 20. A diferença é ter roteiro, ter gente preparada e ter material de apoio.

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- **Protocolo de recepção** documentado e treinado com o time
- **Kit personalizado** pra cada visitante (caneta gravada, moleskine, cartão do consultor)
- **Organização de visitas em grupo** aos sábados (8 a 12 pessoas por rodada)
- **Drive privativo** Goiânia ao empreendimento para leads top
- **Simulador físico da cota** pra apresentar na mão
- **Meta:** 33 visitas agendadas até o fim de setembro



## FRENTE 06 · IMPRENSA E PARCERIAS

# Quando alguém fala de você por fora.

Principais meses: trabalho contínuo, com intensidade em agosto e outubro

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Contratar assessoria de imprensa freelance para levar a L'Acqua para jornais, revistas e podcasts da região. E montar parcerias com restaurantes e hotéis premium que tenham o mesmo público.

**Por que isso importa:** quando um jornal, revista ou podcast fala do empreendimento, a credibilidade sobe muito. O cliente deixa de ver como "mais um anúncio" e passa a ver como "marca séria".

**Veículos-alvo:** Correio Braziliense, Jornal Opção Goiânia, Revista BSB Life, Lago Corumbá News. Podcasts: Primo Rico, Investidor Inteligente, Economia e Negócios Goiás.

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- 3 matérias publicadas em veículo de terceiros até setembro
- 1 participação em podcast relevante do mercado
- Parcerias com restaurantes premium Brasília (Dom Francisco, Mangai, Taypá)
- Parcerias com hotéis boutique Goiânia (Fusion, Bueno)
- Palestra do Nelson em clube de investidores · 1x no mês 3 e 1x no mês 6
- E-book "Multipropriedade na prática" · 5 perguntas antes de investir · agosto
- Blog "Revista L'Acqua" com 2 matérias por mês sobre lifestyle e turismo regional



## FRENTE 07 · VENDAS

# O time do Grupo Leader com material à altura.

Principais meses: treinamento em maio, junho e setembro

## ✓ O QUE VAMOS FAZER

Equipar o time comercial do Grupo Leader com material profissional pra fechar vendas. Apresentações em PDF, scripts, treinamentos e documentos de reserva.

**Fluxo do lead:** o interessado chega pelo anúncio, preenche o formulário, o vendedor recebe o contato no WhatsApp, conversa, agenda visita, apresenta proposta e fecha.

**Lead qualificado:** é a pessoa que preencheu o formulário e tem perfil de comprador real (não é só curioso).

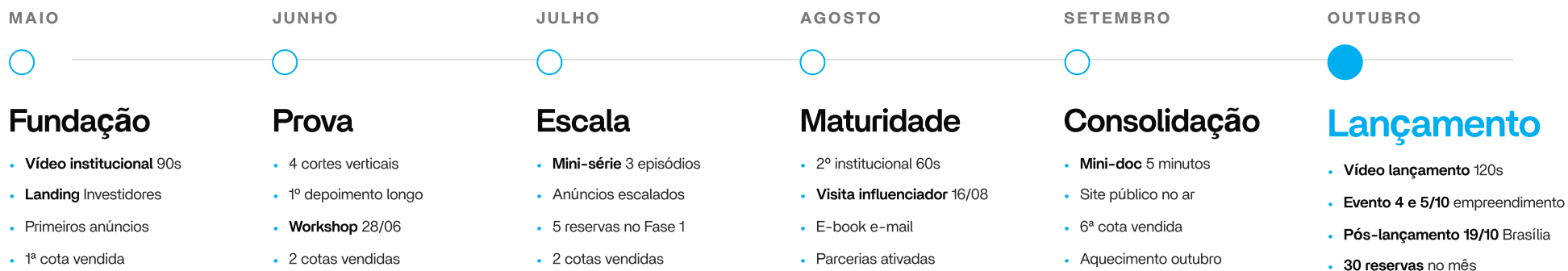
**Lead pronto pra visita:** já conversou com o vendedor, tem disponibilidade e interesse concreto.

## 📄 O QUE VOCÊ RECEBE

- **Apresentação PDF 15 páginas** "L'Acqua para investidores" (editorial Squad)
- **Apresentação PDF 12 páginas** "L'Acqua para uso mais patrimônio"
- **Simulador digital e PDF** para envio por e-mail
- **5 scripts de WhatsApp** (investidor, casal, família, corporativo, aposentado)
- **Scripts de fechamento** com resposta às 7 objeções mais comuns
- **Ata modelo de reserva** em PDF com assinatura digital
- **3 treinamentos do time comercial** · maio (4h presencial), junho (3h online), setembro (4h presencial)

# 6 meses, uma linha do tempo só.

Cada mês tem um papel definido. Maio é fundação. Junho e julho são prova. Agosto e setembro são preparação. Outubro é lançamento.



## ☆ PONTO ALTO

Outubro concentra o maior investimento (R\$ 69.500 no mês) e a maior expectativa de resultado (30 reservas). Os 5 meses anteriores existem para que outubro seja o lançamento mais forte possível.

# Metas claras, mês a mês.

Nada de promessa vaga. Cada mês tem número de leads, visitas e vendas esperadas. Se bater, seguimos. Se não bater, ajustamos.

MÊS	LEADS QUALIFICADOS	VISITAS AGENDADAS	VENDAS FECHADAS
Maio	25	3	1 cota investidor
Junho	35	8	2 cotas investidor
Julho	40	14	2 cotas + 5 reservas
Agosto	30	17	1 cota investidor
Setembro	40	18	Última cota + 2 reservas
Outubro	200	60	30 reservas
Total · 6 meses	370	120	6 cotas + 40 reservas

**Lead qualificado:** pessoa que preencheu formulário e tem perfil real (renda, interesse, tempo certo). **Reserva fechada:** cliente pagou o sinal de R\$ 500 e assinou ata de reserva do chalé. Cota de investidor é pagamento à vista de R\$ 14.700.

## R\$ 192.500 nos 6 meses.

O investimento cresce conforme o cronograma pede. Maio é o mês mais leve. Outubro, o mais pesado porque concentra o lançamento, o evento e o investimento máximo em anúncios.

MÊS	SQUAD FILM	MÍDIA (ANÚNCIOS)	EXPERIÊNCIA	OUTROS	TOTAL DO MÊS
Maio	8.000	4.000	500	7.500	20.000
Junho	7.500	5.500	3.000	6.500	22.500
Julho	10.000	7.000	500	7.000	24.500
Agosto	8.000	8.500	3.500	7.000	27.000
Setembro	9.000	11.000	500	8.500	29.000
Outubro	18.000	20.000	15.000	16.500	69.500
Total	60.500	56.000	23.000	53.000	R\$ 192.500

**Observação:** valores estimados, em reais. "Outros" inclui design, landing, assessoria de imprensa, deslocamento e kits. Valores podem ser ajustados conforme prioridades que o cliente definir.

# Como é a jornada até a compra.

Do primeiro contato até a assinatura, o cliente passa por cinco momentos. Cada um é planejado para levar naturalmente até o próximo.

**01****Recebe convite**

Vê o anúncio ou é indicado. Preenche formulário curto no site. O vendedor responde em até 2 horas.

**02****Agenda a visita**

Conversa rápida por WhatsApp. Vendedor qualifica, esclarece dúvidas e agenda visita presencial no sábado.

**03****Chega e faz tour**

É recebido com degustação. Tour guiado de 45 minutos pelo chalé. Conversa com o consultor.

**04****Leva kit pra casa**

Sai com kit personalizado: caneta gravada, moleskine com planta do empreendimento, cartão do consultor.

**05****Fecha e assina**

Nos dias seguintes, recebe proposta personalizada. Revisa em casa. Assina digitalmente e paga sinal.

**✓ POR QUE ASSIM**

Esse fluxo respeita o tempo do cliente. Sem pressão abusiva, sem ligação chata. Ao mesmo tempo, cada passo tem material de apoio que ajuda a decisão avançar. **Resultado esperado:** 1 a cada 4 visitantes fecha compra.

# Quatro eventos que movem a narrativa.

Evento não é luxo. É ferramenta que gera imprensa, conteúdo, depoimento e vendas em uma só noite. Cada um desses quatro foi pensado pra um momento específico da campanha.



28 · JUNHO

## Workshop Patrimônio Descansado

Escritório Grupo Leader Goiânia. 15 investidores convidados, degustação e tour virtual do chalé em 360 graus.



16 · AGOSTO

## Visita com influenciador

Micro-influenciador do mercado imobiliário regional visita o empreendimento. Produção completa de conteúdo Squad Film.



4 E 5 · OUTUBRO

## Lançamento oficial

Evento de 2 dias no empreendimento. 60 convidados, coquetel, apresentação do Nelson, tour completo, jornalismo local convidado.



19 · OUTUBRO

## Pós-lançamento Brasília

Drinks e apresentação em casa premium de Brasília (Pobre Juan ou Lagosta Mar). 40 convidados da capital.

### 📍 POR QUE QUATRO, NÃO UM SÓ

Porque cada evento cumpre um papel. **Junho** gera prova social para vender as cotas. **Agosto** gera conteúdo de qualidade com rosto conhecido. **Outubro 4-5** é o grande lançamento público. **Outubro 19** leva o evento a Brasília, onde está parte grande do público de Fase 2.

# 6 coisas destravadas, a campanha começa.

Para iniciar a campanha em maio sem atraso, seis itens precisam estar resolvidos até o fim de abril. Se qualquer um escorregar uma semana, todo o cronograma desloca uma semana.



## Contrato Squad x L'Acqua assinado

**ATÉ 24 · ABRIL**

Proposta inicial deste documento vira base do contrato formal com o Grupo L'Acqua.



## Material bruto do cliente

**ATÉ 25 · ABRIL**

Plantas, tabela de vendas, renders e vídeos existentes. Rafael já confirmou envio via Drive.



## Credenciais das redes sociais

**ATÉ 25 · ABRIL**

Instagram oficial e YouTube, além do Gmail da conta social já recebido.



## Primeiro depósito do Bloco A

**ATÉ 25 · ABRIL**

Liberação financeira para logística de captação e início da produção. R\$ 20.000 referente ao mês de maio.



## Autorização pra gravar no empreendimento

**28 A 30 · ABRIL**

Captação complementar do primeiro chalé pronto, com luz da tarde e drone.



## Vendedor designado pelo Grupo Leader

**ATÉ 27 · ABRIL**

Pessoa que vai receber os leads vindos dos anúncios e do formulário no WhatsApp.

# De 21 a 27 de abril. Sete dias de ativação.

Do envio desse documento até o kickoff operacional, são sete dias. Cada dia tem uma tarefa clara de lado a lado — do cliente e do Squad. Se todos se mantiverem, maio começa firme.

<p><b>21</b></p> <p>SEG · ABRIL</p> <p><b>Envio desta proposta</b></p> <p>Documento publicado no grupo WhatsApp. Rafael e Nelson avaliam.</p>	<p><b>22</b></p> <p>TER · ABRIL</p> <p><b>Material bruto</b></p> <p>Cliente envia via Drive tudo que já existe: plantas, renders, vídeos, tabela.</p>	<p><b>23</b></p> <p>QUA · ABRIL</p> <p><b>Revisão do contrato</b></p> <p>Ajustes finais, alinhamentos de valores e cláusula de reserva de datas.</p>	<p><b>24</b></p> <p>QUI · ABRIL</p> <p><b>Assinatura formal</b></p> <p>Contrato assinado via ClickSign ou presencialmente em Brasília.</p>	<p><b>25</b></p> <p>SEX · ABRIL</p> <p><b>Primeiro depósito</b></p> <p>Bloco A de R\$ 20.000 liberado. Squad agenda logística da captação.</p>	<p><b>27</b></p> <p>DOM · ABRIL</p> <p><b>Kickoff operacional</b></p> <p>Squad, Grupo Leader e Nelson alinham operação. Maio começa no dia seguinte.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## SE ALGUM DIA ATRASAR

Cada dia que escorrega empurra o cronograma de maio uma semana à frente. O mais crítico é o depósito em 25 de abril — sem ele, a captação dos dias 28 a 30 de abril não acontece e o vídeo institucional atrasa.

SQUAD FILM · DOCUMENTO EDITORIAL



# Do lago à cota. Uma só narrativa.

Este documento foi preparado para avaliação do Grupo L'Acqua. Os valores e prazos seguem válidos pelos próximos 14 dias.  
Nos vemos em maio.

SQUAD FILM · SQUADFILM.COM · @SQUADFILME · ABRIL · 2026