

# CAMPANHA L'ACQUA MARINA HOME RESORT

---

Programa Investidores

90 dias: Abril a Julho 2026

Patrimônio, uso e potencial.

Cinema de performance aplicado a multipropriedade  
escriturada no Lago Corumba IV.

# 00

## INDICE

---

00	Premissas Inegociáveis	3
01	Onde Você Está Hoje	4
02	Arquitetura da Campanha	5
03	Mes 1 Detalhado: Dia a Dia	7
04	Mes 2: Amplificação e Conversão	15
05	Mes 3: Aceleração e Leitura	16
06	Roteiro Institucional 75s	17
07	Copy Landing Programa Investidores	18
08	Calendário Instagram Maio 2026	19
09	Mídia Paga: Detalhamento	20
10	Métricas e Leitura de Negócio	21
11	Riscos e Mitigações	22
12	Roteiros de Entrevista	23
13	O Que Travar Até 26/04	24
14	Próximo Movimento	24

Documento Interno. Distribuição restrita.

Squad Film - Direção | [squadfilm.com](http://squadfilm.com) | @squadfilme

# 00

## PREMISSAS INEGOCIÁVEIS

---

### 1 COMUNICAÇÃO ÉTICA

Zero promessa de rentabilidade garantida. Tudo que sugere retorno vira "potencial" com disclaimer visível.

### 2 IMAGEM AUTORAL SEMPRE

Zero banco de imagens em qualquer peça publicada, mesmo em mockup interno que possa vaziar.

### 3 NOME TRAVADO

"L'Acqua Marina Home Resort". Nunca Lacqua. Nunca L'Acqua.

### 4 TOM AMAN SIX SENSES

Sobriedade, silêncio, verdade. Nada de resort colorido explosivo.

### 5 TRÊS ARCOS SEPARADOS

Experiência, Patrimônio, Renda. Um pilar por peça, nunca os três na mesma imagem.

### 6 PALETA TRAVADA

Preto, branco, azul investidor. Host Grotesk única.

### 7 DISCLAIMER JURÍDICO

Sempre visível onde aparecer "pool", "locação", "renda", "potencial".

# 01

## ONDE VOCE ESTA HOJE (20/04/2026)

---

Cliente contratante nao assinou, mas topou a tese. Grupo oficial no WhatsApp criado em 20/04 14h11. Rafael mandou no grupo que esta a disposicao. Nelson sinalizou prioridade Programa Investidores. Dossie completo, diagnostico visual e PDF do Programa Investidores 2026-04-21 entregues. Nenhum ativo real do cliente recebido ainda.

### CENARIO ATUAL

- + Wyndham Corumba ja comunicando no mesmo lago
- + Instagram L'Acqua Marina: ~3.227 seguidores, 128 posts fragmentados
- + Site hero usa banco de imagens
- + E-mail cliente em Gmail
- + Zero video. Zero YouTube. Zero TripAdvisor. Zero Google Maps com review

---

Isso nao e o ponto de partida ideal. E o ponto de partida REAL, e e disso que partimos.

# 02

## ARQUITETURA DA CAMPANHA (3 MESES, 3 MARCOS)

---

### MES 1 · MAIO 2026 · FUNDACAO + CAPTACAO + SOFT LAUNCH

**Objetivo:** ter material cinematografico real e landing funcional para acionar em 25/05.

**Entregavel central:** video institucional 75s, 40 fotos master, landing Programa Investidores no ar, 6 Reels editados, copy de funil, simulador de potencial com disclaimer, identidade aplicada.

#### KPI ALVO MES 1

15 leads qualificados no soft launch (25 a 31 maio), 3 visitas agendadas, 0 distrato

### MES 2 · JUNHO 2026 · AMPLIFICACAO + CONVERSAO

**Objetivo:** go-live oficial 01/06, acionar Meta Ads e Google Ads, gerar primeiro volume real de leads e primeiras escrituras vindo da campanha.

**Entregavel central:** 12 Reels adicionais, 2 videos depoimento de cotista real, primeiro tour YouTube 3 a 5 min, 2 posts blog SEO, 1 PDF comercial final atualizado com imagem real.

#### KPI ALVO MES 2

40 leads qualificados, CPL abaixo de R\$180, 8 visitas, 2 reservas convertidas em contrato assinado

# 02

## ARQUITETURA DA CAMPANHA (CONTINUACAO)

### MES 3 · JULHO 2026 · ACELERACAO + LEITURA DE NEGOCIO

**Objetivo:** escalar o que converte, cortar o que nao converte, travar cadencia mensal recorrente.

**Entregavel central:** retargeting funil completo, 8 Reels, 1 mini-documentario 2 a 3 min no YouTube, capitulo de obra filmado, relatorio mensal de desempenho com leitura de negocio, proposta de contrato recorrente mensal (social media + midia + ciclo).

#### KPI ALVO MES 3

60 leads qualificados, 12 visitas, 4 reservas convertidas, 2 escrituras lavradas no periodo 90 dias

### INVESTIMENTO TOTAL EM MIDIA (90 DIAS)

CANAL	MAIO	JUNHO	JULHO	TOTAL
Meta Ads	R\$ 2.100	R\$ 18.000	R\$ 21.600	R\$ 41.700
Google Ads	R\$ 525	R\$ 4.500	R\$ 5.400	R\$ 10.425
Total	R\$ 2.625	R\$ 22.500	R\$ 27.000	R\$ 52.125

Valor de referencia. Sal do orcamento do cliente, nao da fee de producao da Squad Film.

# 03

## MES 1 DETALHADO: MAIO 2026, DIA A DIA

### Semana -1 · 20 a 26 de Abril · Destramamento + Pre-producao

*Esta semana NAO EXISTE sem contrato assinado e sinal pago. Sem isso, tudo abaixo rola para semana seguinte.*

#### Segunda 20/04 (hoje)

1. Enviar pelo grupo oficial mensagem curta ao Rafael pedindo os 3 destravantes: plantas PDF/DWG, tabela de vendas atualizada, pasta com todo material ja produzido. Prazo: quarta 22/04.
2. Enviar ao Nelson mensagem de confirmacao de agenda de fechamento. Pedir janela entre quinta 23/04 e sexta 25/04 para 40 min de call ou presencial.
3. Encerrar o dia com minuta de contrato pronta em PDF. Clausulas centrais: escopo (3 blocos), prazos, valores, entrega, direitos de uso exclusivos, confidencialidade, NDA, rescisao, foro Brasilia.

#### Terca 21/04

1. Revisao final do PDF do Programa Investidores 2026-04-21. Checar paleta, fonte, ausencia de em-dash, ausencia de theversionofus.com.
2. Montar PITCH DECK VIVO de 12 a 15 slides para reuniao de fechamento. Estrutura: problema do setor (30% distrato), produto unico (A-frame + escritura + lago), tese, concorrancia, case Aurora Oasis, escopo 3 blocos, cronograma 90 dias, investimento e condicoes, proximos passos.
3. Preparar E-MAIL DE CONFIRMACAO em modelo profissional para enviar apos a reuniao.

#### Quarta 22/04

1. Cobrar Rafael se destravantes nao chegaram. "Rafael, bom dia. Consegue me confirmar ate hoje 18h as plantas, a tabela de vendas e a pasta de material?"
2. Comecar rascunho do ROTEIRO INSTITUCIONAL 75s.
3. Comecar WIREFRAME da landing em Figma. 6 secoes: Hero, Produto, Tese, Simulador, Prova, CTA.

# 03

## MES 1: SEMANA -1 (CONTINUACAO)

---

### Quinta 23/04

1. Reuniao de fechamento com Nelson (janela 1). Apresentar deck vivo. Perguntar: "Qual e o seu receio com essa proposta, Nelson?" Responder objecao uma a uma. Fechar com data: assinatura ate sexta 25/04 ao meio-dia.
2. Se fechou: enviar contrato no mesmo dia para assinatura digital. Clicksign, Dropbox Sign ou D4Sign.
3. Se adiou: marcar nova janela em no maximo 48h e perguntar: "O que precisa estar em cima da mesa para voce decidir?"

### Sexta 24/04

1. Assinatura de contrato. Emissao de nota fiscal e cobranca do sinal de 50%.
2. Enviar no grupo mensagem confirmando viagem de captacao 02, 03 e 04 de maio. Confirmar presenca de Nelson para entrevista e cotista para depor.
3. Montar CHECKLIST DE PRODUCAO. Drone DJI, baterias, memoria 256GB, cameras, lentes (24-70, 70-200, 50mm), audio Rode, tripode, gimbal, rebatedor, caixa seca, GPS, roteiros impressos, veiculo 4x4, combustivel, hospedagem, contingencia chuva.

### Sabado 25/04

1. Fechar REFERENCIA VISUAL. 1 pasta com 20 frames aspiracionais (Aman, Rosewood, Six Senses). Documento de direcao de fotografia.
2. Fechar DECK DE COR. Paleta cinema. Frio. Shadows azul profundo. Highlights com calor controlado. Skin tone fiel.
3. Rascunhar TRILHA. Buscar composicao piano + cordas 75s com licenca comercial.

### Domingo 26/04

Folga estrategica. Descanso ou leitura de referencias. Forcar producao no domingo quebra o resto da semana.

# 03

## MES 1: SEMANA 1

### Semana 1 · 27 de Abril a 03 de Maio · Producao + Captacao

#### Segunda 27/04

1. Reuniao de producao interna Squad Film. Revisar checklist, roteiro, cronograma da viagem.
2. Confirmar com Rafael presenca de Nelson na manha de terca 05/05 para entrevista em camera.
3. Pedir a Rafael contato de 3 cotistas ja fechados. Ligar para 1, agendar depoimento. Consentimento de uso de imagem por escrito.

#### Terca 28/04

1. Finalizar roteiro institucional 75s em versao v2, com storyboard rabiscado a mao.
2. Finalizar wireframe da landing. Compartilhar com Nelson para aprovacao.
3. Preparar copy da landing em 3 secoes (Hero, Tese, CTA). As outras 3 ficam para apos captacao (dependem de imagem real).

#### Quarta 29/04

1. Fechar orcamento de viagem. Deslocamento, hospedagem, alimentacao, imprevistos.
2. Testar equipamento. Bateria drone, cartoes, lentes, audio. Nenhuma surpresa em campo.
3. Enviar no grupo CALL SHEET simples. Horarios, pontos de captacao previstos, necessidade de acesso a chale-modelo, presenca de entrevistados.

#### Quinta 30/04 (feriado)

Preparacao final. Carga de equipamento. Repouso. Chegar na sexta 15h em Abadiania ja com tudo.

#### Sexta 01/05 (feriado do Trabalho)

Deslocamento Brasilia para Abadiania. Check-in hospedagem. Reconhecimento ao entardecer. Fotografar golden hour do lago, apenas scouting. Gravar 3 planos de referencia.

# 03

## MES 1: CAPTACAO EM CAMPO

---

### Sabado 02/05: Captacao Dia 1

HORARIO	ATIVIDADE
05h30 a 07h30	Drone golden hour do lago. Planos aereos largos. Chale A-frame em contraste com agua.
08h00 a 10h00	Arquitetura externa. Detalhes madeira, vidro, angulo A-frame. Light bouncing.
10h00 a 12h00	Interior chale-modelo. Deck, cozinha, quarto principal, vista do lago pela janela.
12h00 a 14h00	Pausa tecnica e backup.
14h00 a 16h00	Lifestyle. Pier, deque, lago. Casal real em cena (cotistas convidados), nao modelos.
16h00 a 18h30	Drone golden hour entardecer. Plano hero do institucional.
19h00 a 21h00	Backup de cartoes, preview rapido do material, repriorizar dia 2.

---

### Domingo 03/05: Captacao Dia 2

HORARIO	ATIVIDADE
05h30 a 07h00	Drone subaquatico ou planos de agua baixa. Nascer do sol com nevoa sobre o lago.
08h00 a 11h00	Entrevista Nelson. Ambiente controlado, luz suave, fundo neutro com lago desfocado. 3 cameras.
11h00 a 12h30	Entrevista cotista fechado. Mesmo setup. Tom conversacional.
13h00 a 15h00	B-roll de cobertura. Detalhes da obra, materiais, natureza, fauna local.
15h00 a 16h00	Fotos de produto final. 40 frames master definidos.
16h00 a 18h00	Drone entardecer. Segunda sessao golden hour como seguro de material.

---

Domingo 03/05 noite: Backup duplo. HD externo 1 fica com voce. HD externo 2 volta com outro membro da equipe, caminhos separados. Nunca no mesmo carro.

# 03

## MES 1: SEMANA 2 (04 A 10 DE MAIO, POS-PRODUCAO + BUILD DIGITAL)

---

### Segunda 04/05

1. Ingest completo. Organizacao por cartao, cena, data. Renomeacao: LACQUA\_V01\_DAY01\_CAM01\_001.
2. Selects de video. Primeira passada. Marcar 40 cliques master do institucional 75s.
3. Selects de foto. Primeira passada. 80 fotos de -1.200 brutas. Entrega final: 40 master + 20 lifestyle.

### Terca 05/05

1. Primeira montagem institucional 75s. Rough cut sem color nem audio. Enviar para Nelson e Rafael no grupo.
2. Copy da secao Produto e Prova da landing, com referencia de imagens captadas.
3. Iniciar edicao do primeiro Reel.

### Quarta 06/05

1. Rough cut V2 do institucional com feedback do cliente integrado.
2. Color grade primeira passada. Cinema, frio, sobrio.
3. Landing em codigo. React + TS + Tailwind. Hospedagem Vercel. SEO: title, description, OG image, schema.org, sitemap.

### Quinta 07/05

1. Fotos master entregues em pasta privada. 40 altas + 20 lifestyle. Marca d'agua apenas em previas.
2. Copy da secao Simulador com logica de potencial e disclaimer obrigatorio.
3. Reel 01 finalizado e enviado para aprovacao.

### Sexta 08/05

1. Color grade final do institucional. Trilha + mix de audio.
2. V3 do institucional enviada. Formato .mp4 H264 8Mbps + versao vertical 9:16.
3. Landing em staging Vercel. URL protegida. Teste de pixel Meta e tag GA4.

### Sabado 09/05

1. Reels 02 e 03 finalizados.
2. Copy de 8 posts estaticos para janela teaser (15 a 24 maio).

Domingo 10/05: Folga. Descanso e parte do ciclo.

# 03

## MES 1: SEMANA 3 (11 A 17 DE MAIO, TEASER + APROVACOES + SETUP)

---

### Segunda 11/05

1. Responder feedback do cliente em bloco. V4 do institucional. Fechar.
2. Landing em staging aberta para cliente. Review de copy, imagens, legais.
3. Setup CRM (HubSpot free ou RD Station). Automacao: lead entra, confirma e-mail, recebe sequencia de 4 e-mails (diagnostico, tese, case Aurora Oasis + video, convite visita). WhatsApp como CTA primaria.

### Terca 12/05

1. Aprovacao final institucional 75s e fotos master pelo Nelson. Documento escrito no grupo.
2. Pixel Meta instalado. Eventos: PageView, ViewContent, Lead, Contact, Schedule.
3. Google Tag Manager + GA4 rodando. Conversoes mapeadas.

### Quarta 13/05

1. YouTube L'Acqua Marina criado (ou reativado). Banner, about, playlists: Institucional, Lago Corumba IV, Depoimentos, Tour, Capítulos de Obra.
2. TripAdvisor e Google Meu Negocio cadastro iniciado.
3. Reels 04, 05 e 06 finalizados.

### Quinta 14/05

1. Meta Ads estruturada (PAUSED). C1: Trafego landing, C2: Lead Form, C3: Video institucional. R\$80/campanha/dia = R\$240/dia.
2. Google Ads (PAUSED). Search + PMax. Keywords: multipropriedade lago corumba iv, chale investimento brasilia, etc. R\$60/dia.
3. Landing em producao oficial. URL final.

### Sexta 15/05

1. POST TEASER 01 no Instagram. Foto master + legenda sobria. "A margem do Lago Corumba IV."
2. POST TEASER 02 no dia seguinte. Chale A-frame externo.

### Sabado 16/05

1. Revisao final de fluxos. Formulario testado com 5 leads falsos. E-mails disparando. Pixel pegando. WhatsApp respondendo.
2. Treinamento da equipe comercial L'Acqua (ou apontar ausencia como gap critico a Nelson).

Domingo 17/05: Folga.

# 03

## MES 1: SEMANA 4 (18 A 24 DE MAIO, RAMPA + TESTE A FRIO)

---

### Segunda 18/05

1. POST TEASER 03. Reel 01 publicado. Legenda pilar PATRIMONIO: "Escritura pública, Lei 13.777/2018. Não é pacote. É patrimônio."
2. Lista de 20 contatos do próprio Nelson. Friends and family launch. WhatsApp pessoal com link do institucional. Teste de copy em escala 1.

### Terça 19/05

1. POST TEASER 04. Carrossel 6 slides: hero, escritura, lago, chale, tese, CTA.
2. Análise dos primeiros sinais dos 20 contatos. Cliques, respostas, pedidos de mais informação.

### Quarta 20/05

1. POST TEASER 05. Story YouTube: trecho de 15s do institucional.
2. Ajuste de copy na landing baseado em sinais dos 20 contatos.
3. Reel 02 publicado.

### Quinta 21/05

1. Agendamento de 1 visita convidada ao lago no sábado 24/05. Test drive do funil inteiro.
2. POST TEASER 06.

### Sexta 22/05

1. POST TEASER 07. Reel 03.
2. Preparação da ATIVACAO de mídia paga. Briefing de 6 criativos: 3 vídeos curtos 9:16 (15s, 30s, 60s), 2 estáticos 1:1, 1 carrossel 4:5.
3. Último pente fino técnico na landing. Velocidade, mobile, SEO técnico.

### Sábado 23/05

Visita física ao lago do primeiro contato qualificado. Gravar depoimento pos-visita (consentimento). Material para Mes 2.

### Domingo 24/05

Leitura dos primeiros KPIs. Relatório interno simples. Clicks, leads, visitas, conversões. Decisão: ativar mídia paga na segunda 25/05?

# 03

## MES 1: SEMANA 5 (25 A 31 DE MAIO, SOFT LAUNCH OFICIAL)

---

### Segunda 25/05

1. LIGAR campanhas Meta Ads e Google Ads de PAUSED para ACTIVE. Orcamento conservador: R\$240 Meta + R\$60 Google = R\$300/dia = R\$2.100/semana.
2. POST INSTITUCIONAL. Primeiro post explicito com video 75s completo. Legenda: "L'Acqua Marina Home Resort. Programa Investidores aberto." Link na bio.
3. Report de ativacao no grupo oficial.

### Terca 26/05

Monitoramento. Analise de primeiras 24h. CPL das primeiras contas. Duvidas de leads no WhatsApp.

### Quarta 27/05

1. Ajuste de criativos. Pausar os 2 piores, dobrar orcamento nos 2 melhores.
2. Reel 04 e 05 publicados.

### Quinta 28/05

1. Primeira visita do funil pago ao lago (se lead qualificado suficiente).
2. Ajuste de copy de WhatsApp baseado em objecoes reais.

### Sexta 29/05

1. Reel 06 publicado.
2. Relatorio parcial de 5 dias de ativacao. Envio no grupo oficial.

### Sabado 30/05 e Domingo 31/05

Monitoramento. Descanso parcial. Sem publicar.

# 04

## MES 2: JUNHO 2026, AMPLIFICACAO + CONVERSAO

---

### PRIMEIRA QUINZENA (01 A 15 JUNHO)

1. Go-live oficial full. Press release para portais (Correio Braziliense, O Popular, G1 Goias).
2. Dobrar orcamento de midia. Meta R\$480/dia, Google R\$120/dia = R\$600/dia = R\$18.000/mes.
3. Publicar 2 videos depoimento de cotista real no YouTube e IGTV.
4. Publicar 2 posts blog SEO: "Multipropriedade com escritura publica no Lago Corumba IV" e "Chale A-frame como investimento: patrimonio, uso e potencial de locacao".
5. Ativar remarketing. Publico que visitou landing mas nao converteu. Criativo com depoimento.
6. Publicar 6 Reels adicionais. Ritmo: 3 por semana.

### SEGUNDA QUINZENA (16 A 30 JUNHO)

1. Primeiro tour YouTube de 3 a 5 min. "Um domingo no Lago Corumba IV".
2. Nova viagem de captacao curta (20 e 21 junho). Obra, segundo cotista, B-roll inverno.
3. Atualizar PDF comercial v2 com imagem real substituindo renders.
4. Primeira leitura parcial de negocio. O que funciona? O que nao converte? Ajuste com Nelson.
5. Publicar mais 6 Reels.

#### KPIS FIM DE MES 2

40 leads qualificados, CPL < R\$180, 8 visitas agendadas, 2 contratos assinados, NPS visita > 8,5

# 05

## MES 3: JULHO 2026, ACELERACAO + LEITURA DE NEGOCIO

---

### PRIMEIRA QUINZENA (01 A 15 JULHO)

1. Acelerar o que converte. Meta R\$720/dia, Google R\$180/dia = R\$900/dia = R\$27.000/mes.
2. Publicar mini-documentario de 2 a 3 min no YouTube e cortes no Instagram.
3. Capitulo de obra filmado (novo material) como peca de autoridade e continuidade.
4. Publicar 4 Reels + 3 carrosseis de pillar.
5. Campanha de urgencia etica. "Ultima rodada de unidades da fase 1" apenas se for verdade e documentado.

### SEGUNDA QUINZENA (16 A 31 JULHO)

1. Fechar relatorio 90 dias. PDF profissional para Nelson. Numeros, aprendizados, ajustes.
2. Proposta de contrato recorrente mensal. Social media + midia + ciclo + capitulos de obra + reporting. Fee mensal, vigencia minima 6 meses.
3. Segunda viagem curta (25 e 26 julho). Capitulo de obra 2 + novo depoimento.
4. Publicar 4 Reels + 2 carrosseis.

#### KPIS FIM DE MES 3 (90 DIAS COMPLETOS)

60 leads qualificados, 12 visitas, 4 contratos assinados, 2 escrituras lavradas, CPL < R\$180, conversao lead-visita > 15%, conversao visita-contrato > 25%

# 06

## ROTEIRO DO INSTITUCIONAL 75 SEGUNDOS

Tema central: escritura, uso, potencial. Voz em off controlada, feminina ou masculina, grave, sobria. Zero chavao. Zero "faça parte".

TEMPO	V.O.	IMAGEM
0 a 5s	(Silencio)	Aereo drone lago golden hour. Fade in suave. Letreiro: "Lago Corumba IV. Golas."
5 a 15s	"A uma hora de Brasilia. Duas horas de Goiania. Agua doce, mata nativa, silencio."	Sequencia: agua, arvore, pier.
15 a 28s	"Um chale A-frame nasceu aqui. Nao como hotel, nao como pacote, nao como timeshare."	Chale de fora, dia. Detalhe madeira. Interior com luz natural.
28 a 45s	"Aqui, propriedade tem escritura publica. Registrada em cartorio. Transmissivel. Sua."	Escritura em close. Casal no deck. Mesa posta. Filhos no pier.
45 a 60s	"Quatro semanas de uso por ano. As demais semanas podem ser disponibilizadas no pool de locacao. Patrimonio com potencial de renda."	Chave na porta. Luz acendendo. Drone noturno.
60 a 75s	"L'Acqua Marina Home Resort. Programa investidores aberto."	Logo sobre fundo preto. Letreiro: "Multipropriedade escriturada. Lei 13.777/2018."

Carta de tom: respiracao entre frases. Silencios longos. Nunca encher. Aman se comunica assim.

# 07

## COPY LANDING PROGRAMA INVESTIDORES

---

### HERO (PRIMEIRA DOBRA)

**Headline:** O chale A-frame mais próximo de Brasília. Com escritura.

**Subheadline:** Multipropriedade escriturada, Lei 13.777/2018. Margem do Lago Corumba IV. Abadiania, Goiás.

**CTA:** Agende sua visita ao lago. | Baixe o dossie do Programa Investidores.

### BLOCO PRODUTO

**Título:** Patrimônio, uso e potencial. Três palavras.

O L'Acqua Marina Home Resort é um empreendimento em multipropriedade escriturada, as margens do Lago Corumba IV. Cada cota dá direito a quatro semanas por ano de uso direto de um chale A-frame. As semanas não utilizadas podem ser disponibilizadas no pool de locação administrado pelo empreendimento.

### BLOCO TESE (TRES COLUNAS)

**Patrimônio:** Escritura pública em cartório. Transmissível, vendável, passível de herança. Não é pacote. Não é timeshare.

**Uso:** Quatro semanas por ano. Rodação justa entre alta, média e baixa temporada. Calendário transparente.

**Potencial:** Pool de locação opcional para monetizar as semanas não utilizadas. Operação gerida pelo empreendimento. Potencial, não garantia.

### BLOCO SIMULADOR

Slider de 0 a 4 semanas de uso. Output: "Com base em diária média de resorts premium no Lago Corumba IV, o potencial bruto anual pode variar entre R\$ X e R\$ Y. Valores são estimativas ilustrativas e não constituem promessa de rentabilidade."

### BLOCO PROVA

**Título:** O lago já tem história. Drone do lago, Aurora Oasis case, depoimento de cotista em vídeo.

### FAQ (10 PERGUNTAS)

1. O que é multipropriedade escriturada e por que é diferente de timeshare.
2. Qual é o valor da cota e quais são as condições.
3. Quantas semanas de uso por ano e como funciona o calendário.
4. O que é o pool de locação e como funciona o repasse.
5. Posso vender minha cota no futuro.
6. Posso herdar ou transmitir a cota.
7. Quais são os custos mensais de manutenção.
8. Como é feita a gestão do empreendimento.
9. Qual é o prazo de entrega e o cronograma de obra.
10. Como agendar uma visita ao lago.

### CTA FINAL

**Título:** Programa Investidores aberto. **Subtítulo:** Visita presencial ao lago, sem compromisso. Formulário: nome, whatsapp, e-mail, cidade, melhor horário.

# 08

## CALENDARIO INSTAGRAM MAIO 2026 (24 PECAS)

Ritmo: 6 posts por semana. 4 feed + 2 stories diários. Reels: 2 por semana.

DATA	FORMATO	PILAR	COPY-CHAVE
15/05 sex	Foto	Produto	A margem do Lago Corumba IV
17/05 dom	Foto	Produto	Chale A-frame. Externa golden hour
18/05 seg	Reel 01	Patrimonio	Escritura publica. Lei 13.777/2018
19/05 ter	Carrossel	Tese	Patrimonio, uso, potencial
20/05 qua	Reel 02	Lago	Um domingo no Lago Corumba IV
21/05 qui	Foto	Uso	Quatro semanas por ano. Na sua agenda
22/05 sex	Reel 03	Produto	Dentro do chale. 15s
24/05 dom	Foto	Lago	Entardecer em silencio
25/05 seg	Video	Institucional	Video 75s completo
26/05 ter	Carrossel	Prova	Lago Corumba IV em dados
27/05 qua	Reel 04	Uso	Calendario transparente
28/05 qui	Foto	Patrimonio	Escritura em close
29/05 sex	Reel 05	Potencial	Pool de locacao. Como funciona
31/05 dom	Foto	Lifestyle	Manha no pier

**Stories diários:** alternar bastidores, foto do dia, enquete simples, resposta a dúvida recorrente do DM.

# 09

## MIDIA PAGA: DETALHAMENTO

---

### META ADS

**Estrutura:** 3 campanhas (Traffic, Lead Form, VideoView), 2 a 3 conjuntos por campanha, 3 criativos por conjunto.

**Público central:** Homens e mulheres, 35 a 55, renda alta, Brasília, Goiânia e cidades satélites (Águas Claras, Sudoeste, Lago Sul, Noroeste, Park Way, Jardim Botânico, Setor Marista, Setor Bueno, Setor Oeste).

**Interesses:** imóveis de alto padrão, investimento imobiliário, segunda residência, resort, lago, arquitetura, wellness, Aman, Rosewood, Six Senses, Caldas Novas, multipropriedade.

**Exclusões:** timeshare genérico, promoções de viagem rápida.

**Lookalike:** após 100 leads, gerar 1% LAL Brasília + Goiânia.

---

### GOOGLE ADS

**Estrutura:** Search (5 grupos) + Performance Max (1 campanha).

**Grupo 1 "multipropriedade + lago":** multipropriedade lago corumba iv, multipropriedade goias, cota de resort brasilã, multipropriedade escriturada.

**Grupo 2 "chale brasilã":** chale brasilã comprar, chale a-frame goias, chale lago corumba iv.

**Grupo 3 "segunda residência":** segunda residência brasilã, casa de lago goias, imóvel brasilã goiania escriturado.

**Grupo 4 "investimento imobiliário":** investimento imobiliário brasilã, imóvel de renda brasilã, fundos vs imóvel.

**Grupo 5 "competidor brand":** wyndham corumba, taua alexania, gav resorts goiania.

---

### ORÇAMENTO CONSOLIDADO

CANAL	MAIO (25-31)	JUNHO	JULHO	TOTAL
Meta Ads	R\$ 2.100	R\$ 18.000	R\$ 21.600	R\$ 41.700
Google Ads	R\$ 525	R\$ 4.500	R\$ 5.400	R\$ 10.425
Total	R\$ 2.625	R\$ 22.500	R\$ 27.000	R\$ 52.125

Valor de referência. Sai do orçamento do cliente, não da fee de produção da Squad Film.

# 10

## METRICAS E LEITURA DE NEGOCIO

METRICA	ALVO MES 1	ALVO MES 2	ALVO MES 3
Leads qualificados	15	40	60
CPL (custo por lead)	Referencia	< R\$180	< R\$180
Taxa lead > visita	10%	15%	20%
Visitas agendadas	3	8	12
Taxa visita > contrato	30%	25%	30%
Contratos assinados	1	2	4
Escrituras lavradas	0	1	2
Seguidores Instagram	+500	+2.000	+3.000
Inscritos YouTube	+50	+300	+600
Distratos	0	0	0

### Cadencia de reporting:

- + Relatório semanal simples para o grupo oficial.
- + Relatório mensal completo em PDF para Nelson no primeiro sábado útil do mes seguinte.

# 11

## RISCOS E MITIGACOES

RISCO	PROB.	MITIGACAO
Contrato atrasa alem de 25/04	Media	Apresentar custo-oportunidade em numero. Cada semana atrasada = 4 leads perdidos para Wyndham.
Plantas e tabela nao chegam ate 28/04	Media	Pressionar Rafael educadamente com prazo. Plano B de conteudo que nao depende disso.
Clima ruim na viagem 02 a 04/05	Baixa	Seguro de equipamento. Janela de remarcao 09 e 10/05 pre-acordada.
Nelson muda briefing no meio do processo	Alta	Contrato com clausula de escopo fechada. Aditivo formal para mudancas.
Wyndham sai em midia pesada em maio	Alta	Nao competir em volume. Competir em verticalidade: escritura, tom Aman, autenticidade.
CPL acima de R\$250 no mes 2	Media	Revisar criativos, nao publico. O problema quase sempre e o criativo.
Conversao lead-visita abaixo de 10%	Media	Problema na qualidade do lead ou abordagem comercial. Revisar roteiro de WhatsApp.
Primeiro distrato em julho	Media	Blindagem com expectativa correta no funil. Onboarding cuidadoso. Kit boas-vindas.
Concorrencia limita linguagem	Alta	Nao e problema. E confirmacao de tese. Continuar 1 passo a frente.

# 12

## ROTEIROS DE ENTREVISTA (VIAGEM 02 A 04/05)

---

### ENTREVISTA NELSON AURORA DO LAGO (MANHA 03/05)

Formato: 30 min de gravacao, corte final 60 a 90s para institucional + 3 a 4 cortes curtos para Reels.

Direcao: duas cameras. Enquadramento medio + close. Luz suave, reflexo sutil do lago no fundo desfocado. Conversa, nao roteiro decorado.

1. O que voce estava enxergando no Lago Corumba IV que os outros nao estavam enxergando quando decidiu tocar esse projeto?
  2. Qual foi o momento em que voce soube que o A-frame era o caminho certo para este terreno?
  3. Voce ja teve experiencia com outro empreendimento no lago. O que voce nao vai repetir desta vez?
  4. Por que escritura publica faz diferenca para o comprador que esta saindo de um apartamento caro em Brasilia?
  5. Qual e a coisa que voce quer que a primeira familia sinta quando entrar no chale pela primeira vez?
  6. O que este lugar significa para voce em termos pessoais?
- 

### ENTREVISTA COM COTISTA REAL FECHADO (TARDE 03/05)

Formato: 20 min de gravacao, corte final 45 a 60s. Consentimento de uso de imagem escrito ANTES da camera ligar.

1. Como voce conheceu o L'Acqua Marina.
2. O que voce considerou antes de decidir.
3. O que te fez ter certeza.
4. Como voce pensa em usar as quatro semanas por ano.
5. O que voce diria para alguem que esta considerando.

# 13

## O QUE TRAVAR ATÉ DOMINGO 26/04

---

Lista curta e brutal. Se isto não estiver fechado até 26/04 noite, toda a semana 1 atrasa.

- Contrato assinado por ambas as partes.
- Sinal de 50% do valor do Bloco A recebido.
- Plantas em PDF ou DWG recebidas de Rafael.
- Tabela de vendas atualizada recebida de Rafael.
- Pasta com todo material pré-existente recebida de Rafael.
- Data de viagem confirmada com Nelson. Presença no lago dia 03/05 manhã.
- Lista de 3 cotistas já fechados para tentar entrevista, cedida por Rafael.
- Hospedagem e veículo 4x4 reservados para 01 a 04/05.
- Checklist de equipamento completo e testado.
- Trilha do institucional definida (original composta ou licenciada).

Se algum destes 10 itens estiver aberto em 27/04 segunda, você atrasa tudo por semana inteira. Ponto.

---

# 14

## PRÓXIMO MOVIMENTO (HOJE 20/04)

---

1. Enviar no grupo oficial mensagem para Rafael pedindo os 3 destravantes com prazo quarta 22/04 18h.
2. Enviar mensagem para Nelson pedindo janela de fechamento entre 23/04 e 25/04.
3. Ler o PDF do Programa Investidores uma vez mais. Identificar qualquer em-dash residual ou copy fraco e corrigir.
4. Confirmar internamente data de viagem 02 a 04/05 e começar reserva de hospedagem em Abadiania.

Nada mais hoje. Voltar amanhã com energia para pitch deck vivo e roteiro.

**SQUAD**  **FLM**

---

squadfilm.com

@squadfilme

Documento interno. Distribuição restrita. Classificação: confidencial.  
Propriedade intelectual de Squad Film. Sigilo de 5 anos após encerramento.  
LGPD aplicada. Dados de terceiros protegidos.  
L'Acqua Marina Home Resort x Squad Film, Abril 2026.