

Big Idea — Protocolo Corpo de Praia

Squad: Medina | **Agent:** Estrategista (Especialista) **Data:** 2026-03-21 **Frameworks:** Breakthrough Advertising (Schwartz), Unique Mechanism (Kennedy), Big Idea (Especialista)

1. A BIG IDEA

"O motivo pelo qual seu corpo parou de mudar nao e falta de esforco — e que o proprio metodo que voce segue ha anos ENSINOU seu metabolismo a travar, e existe um fenomeno clinico chamado Dupla Ativacao Estetica que reverte isso em 30 dias sem passar fome e sem viver na academia."

Por que essa Big Idea funciona

Ela passa nos 3 filtros de Eugene Schwartz:

- 1. Intelectualmente interessante:** Inverte a crenca central do avatar ("preciso me esforcar mais") e apresenta um paradoxo provocante — seu esforco e a CAUSA do problema, nao a solucao. Isso gera curiosidade imediata.
 - 2. Promete um beneficio enorme:** Resultado visivel no espelho em 30 dias — o desejo supremo do avatar — sem os dois maiores sacrificios que ela associa ao processo (fome e treinos longos).
 - 3. Atraves de um mecanismo novo:** O Fenomeno DAE nao e "mais uma dieta" nem "mais um programa de treino". E um mecanismo proprietario com nome cientifico, logica propria e prova clinica (900+ mulheres, 97,2% de resultados).
-

2. MECANISMO UNICO: Fenomeno DAE (Dupla Ativacao Estetica)

O que e

O Fenomeno DAE (Dupla Ativacao Estetica) e o mecanismo proprietario do metodo Redefinicao Real, co-desenvolvido pela nutricionista esportiva Dani Moraes e sua equipe tecnica a partir de evidencias clinicas com centenas de pacientes. Ele se baseia em uma descoberta pratica: mulheres disciplinadas que treinam ha anos e seguem dieta nao estao "fazendo pouco" — estao fazendo o MESMO ha tempo demais. O corpo adaptou-se ao padrao repetitivo de alimentacao e exercicio, entrou em modo de conservacao metabolica e parou de responder. O DAE quebra esse ciclo atraves de uma abordagem dupla e sincronizada.

Como funciona (os 2 eixos da "Dupla Ativacao")

O primeiro eixo e a **Ativacao Alimentar por Microciclos** — em vez de uma dieta fixa e linear, o protocolo usa o Reset Alimentar 7+7: dois ciclos distintos (Detox + Aceleracao) que criam imprevisibilidade metabolica. O corpo nao consegue prever o que vem a seguir e e forçado a acessar reservas energeticas que estava "protegendo". O segundo eixo e a **Ativacao Muscular Estrategica** — treinos modeladores curtos (18 minutos) com foco em exercicios de forca e consumo adequado de proteinas, substituindo o modelo de cardio longo que amplifica a estagnacao. Quando os dois eixos sao ativados SIMULTANEAMENTE, o efeito e sinergico: o metabolismo "acorda" e o corpo responde visualmente em dias, nao meses.

Por que e diferente de TUDO no mercado

O mercado fitness feminino opera num unico paradigma ha decadas: deficit calorico + cardio + restricao = resultado. Esse modelo funciona para iniciantes, mas CAUSA o plato em mulheres que ja treinam — e ninguem fala sobre isso. As alternativas existentes (dietas da moda, programas genericos de Instagram, influencers com resultados hormonais vendidos como naturais, nutrologos de R\$500/consulta) continuam

operando dentro do mesmo paradigma falho. O DAE opera FORA dele. Não é uma variação do modelo tradicional — é a inversão estratégica dele. É por isso que funciona especificamente para quem "já tentou de tudo": porque o "tudo" que ela tentou estava dentro do mesmo sistema que causou o problema.

3. NÍVEL DE CONSCIÊNCIA DO AVATAR (Escala de Schwartz)

Onde a Camila está: PROBLEM AWARE (tendendo a SOLUTION AWARE)

A Camila sabe que tem um problema — ela treina, faz dieta, se esforça e não vê resultado no espelho. Ela sente a dor todos os dias. Ela já tentou soluções (dietas, programas, apps de contagem de calorias), mas associa todas essas tentativas a categorias que já falharam. Ela não acredita em "mais uma dieta" nem em "mais um programa de treino".

Porém, ela ainda não sabe que:

- O problema tem um NOME (Plato Invisível)
- Existe uma CAUSA específica (adaptação metabólica por excesso de previsibilidade)
- Existe um MECANISMO novo que resolve isso (DAE)
- Existe um PRODUTO acessível que entrega esse mecanismo (Protocolo Corpo de Praia)

Jornada na TSL

Fase	Transição	Como a copy faz
Entrada	Problem Aware	Abrir com a dor exata ("você treina, faz dieta, e não vê resultado") — ela se reconhece imediatamente
Meio	Problem Aware → Solution Aware	Revelar que o problema tem nome (Plato Invisível), que tem causa (método tradicional), e que existe uma solução nova (DAE)
Climax	Solution Aware → Product Aware	Mostrar o antes/depois da PRÓPRIA Dani — prova irrefutável de que o mecanismo funciona — e apresentar o Protocolo Corpo de Praia como veículo acessível
CTA	Product Aware → Most Aware	Stack de valor + ancoragem de preço + garantia tripla + urgência real → compra

Implicação para o lead da TSL

A TSL NÃO pode abrir vendendo o produto. Precisa abrir na DOR — na identificação imediata. A Camila precisa pensar "essa mulher está falando de MIM" nos primeiros 3 parágrafos. Só depois de validar a dor, nomear o inimigo e revelar o mecanismo é que o produto aparece como veículo.

4. O INIMIGO (The Shared Enemy)

Nome do Inimigo

A Mentalidade do "Cardio Infinito e Fome"

Definição

É a lógica dominante no mercado fitness que diz que para transformar o corpo você precisa: (1) fazer cada vez mais horas de cardio, (2) restringir cada vez mais a alimentação, (3) sofrer para merecer resultado, e (4)

cortar tudo que gosta de comer. Essa mentalidade é reforçada diariamente por influencers que usam hormônios e vendem como natural, por programas genéricos de Instagram, e pelo terrorismo nutricional que demoniza alimentos e gera culpa.

Por que é o inimigo PERFEITO para esta campanha

1. **A Camila já odeia esse inimigo** — ela viveu a consequência dele (plato, frustração, culpa) mas não sabia nomeá-lo
2. **Dani está CONTRA esse inimigo** — ela não é uma outsider criticando; é uma nutricionista esportiva que viu esse modelo falhar em centenas de pacientes
3. **O inimigo é impessoal** — não ataca nenhuma pessoa, ataca uma MENTALIDADE. Isso permite que a Camila se sinta aliviada ("não sou eu o problema") sem se sentir atacada
4. **O inimigo tem aliados tangíveis** — dietas malucas, influencers falsas, programas genéricos. Isso dá material para fascinações e comparações

Posicionamento Dani vs. Inimigo

A Dani NÃO está no palco, acima da Camila. Ela está ao lado dela, apontando para o inimigo e dizendo: "Você não é o problema. ISSO é o problema. E eu vou te mostrar o caminho pra sair."

5. CORE PROMISE (Promessa Central)

"Resultados visíveis no espelho em 30 dias — sem passar fome, sem viver na academia, e sem o terrorismo nutricional que travou seu corpo até agora."

Desdobramentos da promessa

Dimensão	Promessa Específica
Tempo	30 dias (primeiros sinais em 10 dias)
Métrica	Espelho, não balança. Curvas, definição, inchaço eliminado
Esforço	Marmitas de 15 min + treinos de 18 min
Prazer	Happy hour, final de semana, festas — sem culpa
Simplicidade	Plano exato semana a semana, sem paralisia por análise
Segurança	Garantia tripla — risco ZERO para o avatar

O que a promessa NÃO é

- NÃO é "perca X kg" (foco é estético, não balança)
- NÃO é "sem esforço" (e com esforço DIFERENTE e MENOR)
- NÃO é "milagre" (é ciência aplicada, validada com 900+ mulheres)
- NÃO é "para sempre com 30 dias" (é o desbloqueio; a consolidação vem com o DAE 90)

6. REASON WHY — Por que R\$37?

A narrativa

"Uma consulta individual com a Dani custa entre R\$300 e R\$500. E ela atendia uma paciente por vez. O Protocolo Corpo de Praia é o mesmo método validado com 900+ mulheres na clínica — sistematizado em

formato digital para que MILHARES de mulheres tenham acesso, não dezenas."

Os 3 pilares do Reason Why

1. **Missão genuína:** A Dani viu que o método funcionava, mas poucas mulheres tinham acesso. Ela quer democratizar o que funciona — e o formato digital permite isso sem depender do tempo dela
2. **Estratégia de funil:** O preço de R\$37 e a porta de entrada. Quem entra e experimenta os resultados terá a opção de continuar com o DAE 90 (R\$147). O baixo preço do front-end e uma decisão de negócio, não caridade
3. **Prova de intenção anterior:** A Dani já tinha um ebook no Hotmart por R\$39,90 (Ebook Emagrecimento Saudável). Isso demonstra que produtos acessíveis fazem parte da filosofia dela — não é um desconto artificial

Como usar na copy

O Reason Why deve aparecer APOS o stack de valor, no momento da revelação de preço. A sequência é:

- Empilhar valor percebido (R\$97+)
- Revelar preço real (R\$37)
- Explicar POR QUE é tão barato (missão + formato digital + primeiras 100 vagas)
- Isso previne a objeção "se é barato, não presta" e ativa o gatilho de oportunidade

Documento gerado por Estrategista (Especialista) — Projeto Corpo de Praia Frameworks: Breakthrough Advertising (Schwartz), Unique Mechanism (Kennedy), Big Idea (Especialista), StoryBrand (Miller) Data: 2026-03-21