PILATUS educativa

Estratégia comercial e marketing

Quem queremos alcançar, o que dizer, por onde chegar, e como cada interesse vira conversa comercial, implantação e continuidade.

Para validação com os sócios **Novembro de 2026** **Documento de trabalho: nada aqui autoriza execução**

Duas frentes, uma editora

WalkWise METHOD — Escolas de idiomas independentes. Material com a marca da escola e apoio para adotar.

Coleção Brasil Bilíngue — Redes municipais. Diagnóstico, avaliação pedagógica, decisão da rede e implantação.

Uma editora, um método, dois envelopes.

A Pilatus já tem material, método e apoio. Esta apresentação organiza o caminho comercial de cada frente: quem decide, o que comunicar, por onde chegar, como o interesse vira conversa e o que precisa acontecer até a implantação e a continuidade.

Validado como direção, em 06/11/2026

- Tese dos dois envelopes.
- WalkWise sem franquia e com a marca da escola.
- Apoio 30/60 como âncora do B2B. Duração, módulos, carga e responsáveis ainda a dimensionar.
- Brasil Bilíngue comunicado com 4 formações anuais e apoio no ano letivo, como compromisso de produto.
- Roadmap Direção A aprovado para conduzir a validação com os sócios, não para aprovar as escolhas.

Ainda em aberto, para decidir

- Prioridade entre as frentes e recorte de escolas e municípios.
- Metas, calendário, equipe e capacidade.
- Condições do apoio, fornecedores e orçamentos.
- Campanha, contratação, impressão, envio de kits, publicação ou contato com terceiros.

● **Registro** o que os documentos e planilhas mostram ⊙ **Validado como direção** validado pela direção em 06/11/2026; execução não aprovada ○ **Proposta** desenho para os sócios aprovarem, ajustarem ou adiarem ◎ **Hipótese** aposta que depende de evidência para virar escolha

01 **Abertura** O que está decidido e o que não está	02 **Aprendizado de 2025** O que a campanha deixou de lição	03 **Duas frentes** O que une e o que separa WalkWise e Brasil Bilíngue	04 **Quem decide** Quem decide, influencia e usa em cada frente	05 **Quem captar** Perfil desejado, critérios e antiperfil
06 **Onde atuar** Canais por função e prioridade	07 **Como falar e aparecer** Tom de voz, copy e conceito visual	08 **Jornada** Marketing e comercial em faixas, etapa por etapa	09 **Como acompanhar** Painel, indicadores e rotina	10 **O que validar** Capacidade, sequência, peças-piloto e decisões

Fontes: F02, OS, RA. Ver lista de fontes

Em 2025, a campanha mediu bem a mídia.
O que veio depois do lead ficou sem registro.

Instagram, Facebook e landing page, de fevereiro a abril, voltados ao mercado privado. Os documentos permitem reconstruir o que foi feito. Não permitem dizer o que funcionou na venda.

O que foi feito

- Proposta de 20/01/2025 com objetivo de gerar leads qualificados, ampliar audiência e presença digital. Sem público-alvo, oferta ou meta numérica definidos. Fonte: H1.
- Mídia paga de 11/02 a 29/04/2025. Captação de leads a partir de 07/03, com landing page. Fonte: H2.
- Boletins semanais de investimento, alcance, cliques, visitas e leads. Fonte: H2.
- Análise de leads em 05/05/2025, com status, formato de escola e passagem ao vendedor. Fonte: H3.

O que os registros indicam

- O desenho terminava no lead: não dizia quem recebia o contato, em quanto tempo, nem onde registrar. Fonte: H1.
- A mesma campanha aparece com 141, 123 e 12 leads, conforme o documento, e a definição de lead muda entre boletins. Fonte: H2, H3 e H4.
- Só uma pequena parte dos contatos chegou à etapa “Com Vendedor” (11, segundo a análise). A causa “gargalo” é sugerida, não demonstrada. Fonte: H3.
- Na base exportada em 02/04/2025, metade dos 12 registros aparenta ser pessoa física buscando curso, parte de fora do Brasil, e só um traz sinal institucional. Amostra pequena, e não é a base da análise. Fonte: H4.

O que ainda não sabemos

- Quantos contatos viraram venda. Nenhum documento registra fechamento.
- Se o padrão de pessoa física se repete na planilha que sustentou a análise.
- O que a landing page e os anúncios ofereciam, e para quem era o material “guia-nivelamento” citado nas tags.
- Quando as escolas privadas compram material: não há fonte que estabeleça essa janela.
- Nenhum registro de 2025 cita a WalkWise. A lição vale para o B2B privado, não como histórico dela.

Os números acima mostram a inconsistência dos registros. Não servem como meta nem como referência de desempenho.

Fontes: H1, H2, H3, H4, JM. Ver lista de fontes

Captar não basta.
Cada contato precisa de definição, filtro e dono.

Compare o caminho que os registros de 2025 permitem reconstruir com o desenho proposto para o B2B privado agora.

Mensagem	Formulário	Lead	Passagem	Registro
2025: Marca e alcance, sem dizer para quem é a oferta.	**2025:** Qualquer pessoa entra. Aluno e escola chegam iguais.	**2025:** A definição de lead muda entre um boletim e outro.	**2025:** Sem critério, prazo ou responsável para o contato chegar ao vendedor.	**2025:** Sem desfecho nem motivo de encerramento.
Proposta: Mensagem dirigida a quem dirige ou estrutura uma escola.	**Proposta:** A primeira pergunta separa escola, projeto de escola e quem busca aula para si.	**Proposta:** Lead válido é contato identificável de escola, com origem e frente registradas.	**Proposta:** Pré-vendas qualifica e passa ao comercial com motivo e próximo passo.	**Proposta:** Cada etapa registra saída, motivo e próximo passo no pipeline.

A lição vale para o B2B privado. O B2G tem outro caminho.

A experiência de 2025 foi de mídia para o mercado privado. Não se transfere automaticamente para redes públicas, onde a conversa começa por diagnóstico e interlocutor, e a decisão é administrativa.

- Medir o que acontece depois do lead antes de ampliar a verba.
- Separar contato válido de contato qualificado em toda leitura.
- Não reaproveitar as metas do planejamento antigo: nenhuma das quatro tinha linha de base.

Fontes: H1, H3, H5, H6, F01. Ver lista de fontes

Uma editora, um método.
Dois envelopes, cada um com seu comprador.

walkWise METHOD

B2B · escolas independentes

Comprador
Escola de idiomas independente e professor que estrutura a própria escola.

Entrada
Avaliação da escola e do material antes de qualquer proposta.

Entrega
Método, material com a identidade da escola e apoio à implantação.

Alavanca
Apoio 30/60 como âncora, com duração, carga e responsáveis a dimensionar.

Fecha com
Proposta individual aprovada pela direção.

Núcleo comum

O que a Pilatus entrega nas duas frentes

- Método de inglês pensado para quem fala português, com oralidade desde cedo.
- Material demonstrável, com fonte para cada afirmação.
- Diagnóstico antes da proposta.
- Responsável e limites claros para o apoio.
- Credibilidade editorial da Pilatus.

Brasil Bilíngue

B2G · redes municipais

Comprador
Rede municipal: gestão da Secretaria, com equipe pedagógica, compras e jurídico.

Entrada
Diagnóstico da rede: em que etapas há inglês, com que material e que apoio.

Entrega
Material, Portal Pilatus, 4 formações anuais e apoio no ano letivo.

Caminho
O material já foi licitado. A sua rede adere ao resultado.

Fecha com
Decisão administrativa da própria rede.

O que não atravessa de uma frente para a outra

- ✕ Material com a marca da escola não vira oferta de marca do município.
- ✕ Itajaí sustenta a credibilidade da editora. Não é case WalkWise.
- ✕ Preço, ata, órgão gerenciador, vigência e saldo não entram em peça nenhuma.
- ✕ O apoio 30/60 é do B2B. O B2G tem formações e apoio no ano letivo.
- ✕ Marketing de matrícula privada não entra na conversa com a rede.
- ✕ A mesma peça nunca serve a secretário de educação e a dono de escola.

Atitude **Atitude é trilha própria do B2G:** educação para segurança e autocuidado, com ficha de produto ainda por fechar. Não herda argumento, formação, apoio 30/60 nem rota de adesão do inglês.

Fontes: F01, F02, PU, BW. Ver lista de fontes

A tese é uma só.
O caminho até a decisão muda de uma frente para a outra.

A WalkWise vende para uma escola que decide sozinha e quer preservar a própria marca. O Brasil Bilíngue conversa com uma rede, onde a decisão passa por pedagógico, compras e jurídico.

Escola decide

Busca e anúncio
Google Pesquisa capta intenção. Meta mostra a alternativa.

Página de entrada
Explica método, marca da escola e apoio. Separa escola de aluno.

Avaliação da escola
núcleo comum
Perfil: só material, crescimento ou transformação.

Amostra e demonstração
Digital ou kit físico, com quem decide.

Proposta
Plano de implantação e apoio 30/60.
A direção aprova condições e assinatura.

Implantação
Apoio combinado, uso e reposição.

Rede decide

Diagnóstico da rede
núcleo comum
Abre a conversa com dado público e pergunta, sem crítica à gestão.

Abordagem institucional
Contato formal com a Secretaria.
Comunicação externa só com aprovação da direção.

Resposta da Secretaria
Conversa com quem responde pela área.
A liderança comercial assume.

Reunião técnica
Amostra, Portal e roteiro de formação com a equipe pedagógica.

Decisão administrativa
Compras e jurídico da rede avaliam o caminho.
Ofício e Guia de Adesão só para rede interessada.

Implantação acompanhada
Material, acessos, 4 formações anuais e apoio no ano letivo.

Em amarelo, os portões que já valem: a direção aprova toda comunicação externa, condições e assinatura; a liderança comercial assume quando a Secretaria responde. “Núcleo comum” marca o passo que as duas frentes compartilham: diagnóstico antes da proposta.

Fontes: F01, PU, OS, BW. Ver lista de fontes

WalkWise: o dono decide, e a coordenação pode vetar oferta que não mostre aula.

Três papéis com um pedido em comum: ver como o material funciona na rotina da escola antes de falar em condição comercial.

Decide	Decide e usa	Influencia e pode vetar	Fora do perfil
Dono de escola independente decisor econômico provável	**Professor que estrutura a própria escola** acumula aula, venda e atendimento	**Coordenação pedagógica** avalia progressão e aplicação	**Quem procura curso para si** antiperfil, ver Quem captar

Papel	Necessidade	Objeção	Prova adequada	Próximo passo
Dono de escola independente Decide e responde pelas condições	Manter a marca da escola e organizar material, aula e gestão sem virar franquia.	Medo de trocar de método no meio do ciclo, perder autonomia ou ficar sem ajuda quando a escola começar a usar.	Amostra da etapa certa, explicação da transição e escopo do apoio por escrito.	Avaliação com a coordenação, seguida de proposta individual aprovada pela direção.
Professor que estrutura a própria escola Decide e usa	Uma operação que caiba numa rotina em que ele já dá aula, vende e atende.	Receio de assumir um formato pesado demais, com rebranding ou captação que não pediu.	Como o material funciona numa semana real e quem responde por cada etapa do apoio.	Diagnóstico de perfil (só material, crescimento ou transformação) antes de qualquer proposta.
Coordenação pedagógica Influencia e pode vetar	Progressão coerente, aplicação segura e apoio ao professor.	Desconfia de oferta que promete marketing e não mostra aula.	Trecho do livro do professor, áudio, atividade, progressão e roteiro de formação.	Sessão de avaliação do material, com o dono presente quando houver condição comercial.

Personas são hipóteses de trabalho apoiadas no planejamento. Nenhuma frase foi tirada de entrevista.

Fontes: F01, BW. Ver lista de fontes

Brasil Bilíngue: a rede decide em várias mãos. Cada uma pede uma prova diferente.

Gestão, pedagógico, compras e gabinete olham a mesma proposta por ângulos distintos. Famílias e alunos recebem o benefício, mas não são quem compra.

Decide a prioridade	Valida o caminho	Avalia e usa	Apoia	Recebe o benefício
Gestão da Secretaria prioridade institucional	**Compras e jurídico** caminho administrativo	**Equipe pedagógica e professores** aderência e uso em sala	**Gabinete e comunicação** apoio institucional	**Famílias e alunos** não são compradores

Papel	Necessidade	Objeção	Prova adequada	Próximo passo
Gestão da Secretaria Decide a prioridade	Conciliar prioridade educacional, calendário e condições de execução.	Receio de comprar material que não chega à sala de aula.	Diagnóstico respeitoso da rede e plano de implantação com responsáveis.	Reunião técnica com a equipe pedagógica, conduzida pela liderança comercial.
Equipe pedagógica e professores Avalia e usa	Ver progressão, recursos e apoio que caibam na aula.	Material novo sem formação vira mais uma tarefa para o professor.	Amostra, Portal Pilatus e roteiro das 4 formações anuais com apoio no ano letivo.	Avaliação técnica do material e do calendário de formação.
Compras e jurídico Valida o caminho administrativo	Um caminho administrativo adequado e documentado.	Não há segurança sem análise própria do processo.	Documentação pelo fluxo autorizado, só para rede interessada.	Análise feita pela própria rede. A Pilatus não redige documento interno da Administração.
Gabinete e comunicação Apoia	Uma iniciativa que possa ser comunicada com segurança.	Exposição pública antes de haver resultado observado.	Implantação documentada e comunicação institucional impessoal.	Entra depois da avaliação pedagógica, nunca no lugar dela.
Famílias e alunos Recebem o benefício	Aulas de inglês com continuidade.	Não se aplica. Não são compradores e não recebem peça comercial.	Registro de uso e de aprendizagem com método, quando houver.	Comunicação feita pela própria rede, quando ela decidir.

Personas são hipóteses de trabalho apoiadas no planejamento. Nenhuma frase foi tirada de entrevista.

Fontes: F01, OS. Ver lista de fontes

Antes de captar mais, definir quem não queremos atrair.

Critérios que pré-vendas confere e registra. Cada contato sai com um de três desfechos, e o motivo fica escrito.

WalkWise METHOD

Queremos

Escolas de idiomas independentes em operação, e professores estruturando a própria escola, que querem autonomia, material com a própria marca e apoio para adotar.

Critérios que pré-vendas confere

1	Representa uma escola ou um projeto de escola. (não procura curso para si)
2	Quer autonomia e identidade própria. (não procura franquia)
3	Atende etapas compatíveis com o catálogo confirmado.
4	Tem responsável pela implantação identificado.
5	Está numa janela de adoção e aceita avaliar o material.

Antiperfil

- × Pessoa física procurando curso para si ou para a família.
- × Quem busca franquia.
- × Quem espera fluência ou matrícula garantida.
- × Necessidade fora do catálogo confirmado.
- × Impedimento para usar a marca da escola no material.

Brasil Dilingue

Queremos

Redes municipais com necessidade documentada, interlocutor técnico, janela de planejamento e condições de implantação.

Critérios que pré-vendas confere

1	O contato fala pela rede municipal e pela área responsável.
2	Há necessidade identificada no diagnóstico. (etapas, material atual, formação)
3	Existe interlocutor técnico para a avaliação pedagógica.
4	A rede tem janela de planejamento e condição de implantar.
5	O diagnóstico é pertinente às etapas que o material atende.

Fora do perfil (proposta)

- × Contato sem vínculo com a rede ou sem papel na decisão.
- × Pedido de condição comercial antes da avaliação pedagógica.
- × Expectativa de transformar a rede sem formação nem acompanhamento.
- × Demanda de etapa ou componente fora do catálogo confirmado.

Três desfechos possíveis da qualificação, nas duas frentes

Segue
Interesse e aderência registrados. Conversa com objetivo definido.

Pausa
Aderência sem janela agora. Próximo contato com data e motivo.

Sai
Fora do perfil. Motivo registrado, sem voltar para campanha.

Fontes: F01, BW, H4. Ver lista de fontes

WalkWise: cada canal responde por uma etapa. Nenhum entra sem alguém para atender o que ele gera.

Prioridade proposta para decidir. Mídia paga só com operador, atendimento, página testada e verba aprovada pela direção. A qualidade do contato se lê no registro comercial, não no clique.

walkwise METHOD

P0 preparar agora · P1 piloto condicionado · P2 depois, com evidência · Decisão específica só com aprovação própria

Canal	Etapas A a F	Função na jornada	Prioridade	Condição para ativar
Google Pesquisa online	**A** B C D E F	Captar a intenção de quem procura material ou método para escola.	P1	Termos negativos para aluno final; destino na página WalkWise.
Meta: Instagram e Facebook online	**A** **B** C D E F	Tornar a alternativa visível com três territórios: identidade, aula e implantação.	P1	Criativos produzidos; qualidade lida no CRM, não no clique.
Página de entrada WalkWise online	**A** **B** C D E F	Onde a promessa vira pedido de avaliação. Separa escola de aluno.	P0	Formulário com retorno definido e estados de erro testados.
Conteúdo de demonstração online	A **B** C **D** E F	Aula comentada, como avaliar material, o que muda mantendo a marca.	P0	Cada pauta com persona, etapa, fonte e aprovação.
Avaliação por videochamada online	A B **C** **D** E F	Conversa de fit e amostra digital com quem decide.	P0	Agenda com capacidade definida.
Kit demonstrativo offline	A B C **D** E F	Reduzir a incerteza pedagógica com amostra física.	P1	Só para escola qualificada, com endereço confirmado e acompanhamento.
Relacionamento e indicação offline	**A** B C D E F	Registrar contatos vindos de relacionamento, visita ou evento.	P1	Origem registrada e mesmo crivo de qualificação.
E-mail e WhatsApp de relacionamento online	A **B** C D E **F**	Acompanhar pendências reais.	Decisão específica	Origem legítima, opt-out e aprovação da direção.

Etapas: A Lead Gerado · B Abordagem Pré-Vendas · C Agendado · D Reunião Realizada · E Em negociação · F Follow UP. Quadrado cheio: o canal atua; claro: apoia.

Fontes: F01, F02, F03, K3. Ver lista de fontes

Brasil Bilíngue: a conversa abre por diagnóstico e reunião técnica. Mídia paga fica para depois, com decisão própria.

No B2G, o canal que mais pesa é a relação institucional conduzida pela liderança comercial. Conteúdo e imprensa sustentam credibilidade, e nenhum envio sai sem aprovação da direção.

P0 preparar agora · P1 piloto condicionado · P2 depois, com evidência · Decisão específica só com aprovação própria

Canal	Etapas A a F	Função na jornada	Prioridade	Condição para ativar
Diagnóstico da rede online	**A** **B** C D E F	Abrir a conversa com dado público e pergunta.	P0	Aprovação da direção antes de qualquer envio.
Contato institucional: e-mail e ligação online	**A** **B** C D E F	Chegar à área responsável da Secretaria.	P0	Cadência desenhada e inativa; envio fechado até aprovação.
Reunião técnica e visita offline	A B **C** **D** E F	Avaliação pedagógica com amostra, Portal e roteiro de formação.	P0	Liderança comercial conduz; viagem só com reunião confirmada.
Página para secretarias online	A **B** C **D** E F	Organizar material, diagnóstico, implantação e evidências.	P1	Versão de 06/11 a revisar antes de uso.
Conteúdo institucional e imprensa online e offline	A B C **D** E F	Credibilidade e entendimento do programa.	P2	Pauta com evidência e autorização; publicação nunca garantida.
Eventos de gestores e pares offline	**A** B C D E F	Encontrar gestão e equipe técnica fora da agenda comercial.	P2	Hipótese: agenda e participação a verificar.
Mídia paga B2G online	A B C D E F	Só depois de prova e capacidade.	Decisão específica	Não é extensão automática dos anúncios B2B.

Etapas: A Lead Gerado · B Abordagem Pré-Vendas · C Agendado · D Reunião Realizada · E Em negociação · F Follow UP. Quadrado cheio: o canal atua; claro: apoia.

Fontes: F01, F02, OS, CRM. Ver lista de fontes

Uma voz só, a da editora. Específica, verificável e sem promessa que a entrega não sustente.

WalkWise

Fala de autonomia, rotina e acompanhamento. Mostra como o material entra na aula e quem ajuda a começar.

Evita tom de franquia, matrícula garantida e escassez artificial.

Brasil Bilíngue

Fala de continuidade, condições de implantação e evidência. Explica o que a rede avalia e o que organiza para começar.

Evita “adesão sem risco”, transformação da rede e Ideb como efeito do programa.

Atitude

Fala de prática e análise de risco ligadas à rotina de cada idade.

Evita medo, estatística sem fonte atual e promessa de reduzir acidentes.

Regras comuns. Toda afirmação tem fonte e aprovador. Sem travessão na copy. Sem superioridade não provada. Nenhum número sem origem.

Em vez de	Proposta de copy, para revisão
~~Uma solução completa para potencializar sua escola.~~	**Sua escola continua sendo sua. O método, o material com a sua identidade e o apoio à implantação entram para dar estrutura à próxima etapa.** WalkWise · frase proposta no planejamento expandido
~~Gerar mais leads.~~	**Atrair escolas compatíveis e encaminhar cada conversa com um próximo passo definido.** Objetivo de marketing
~~Transformar a educação municipal.~~	**A rede avalia o material, o Portal e o roteiro de formação. Depois combina quem acompanha a implantação e em que calendário.** Brasil Bilíngue · abertura de reunião técnica
~~Inglês fluente desde o primeiro ano.~~	**Atividades de oralidade desde as primeiras etapas, num método pensado para quem fala português.** Ambas · descrição do método
~~Adesão rápida, sem burocracia e sem risco.~~	**O material já foi licitado. A sua rede adere ao resultado.** Brasil Bilíngue · única frase sobre o caminho de compra
~~Suporte completo e ilimitado.~~	**O apoio dos primeiros 30 ou 60 dias tem escopo, responsável e limites escritos na proposta.** WalkWise · âncora 30/60 validada em 06/11/2026, entrega a dimensionar. Fonte: F02

Fontes: F01, OS, K3, BW. Ver lista de fontes

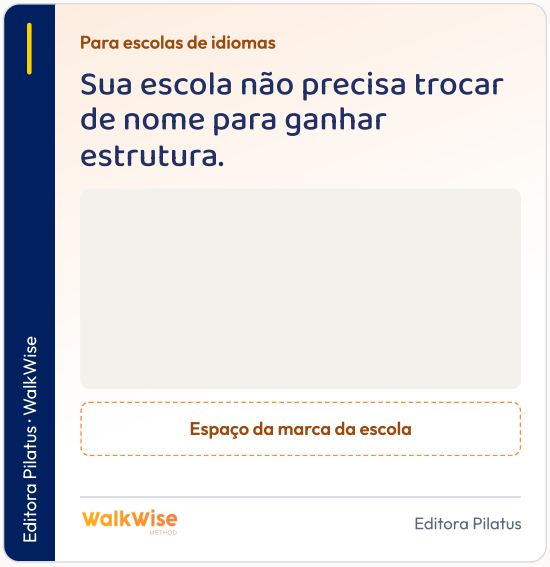
Conceito visual proposto:
a lombada é da editora, a capa é de cada frente.

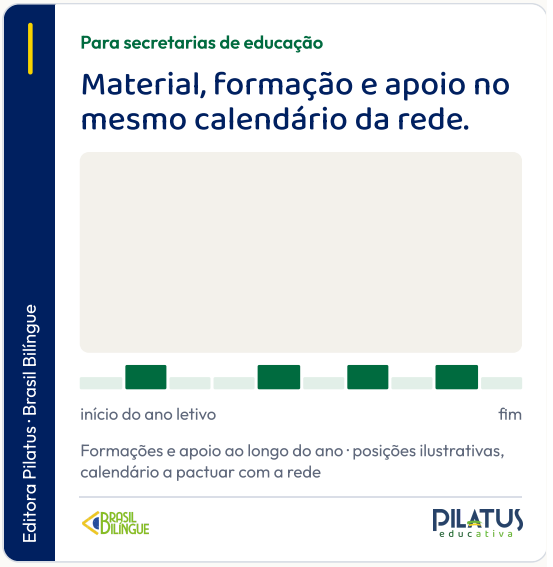
A Pilatus aparece como assinatura editorial constante, e cada frente veste a capa do seu comprador. O conceito traduz a tese em forma, sem depender de slogan novo.

Sistema do conceito

- **Lombada.** Faixa marinho com o fio ouro do logo, na borda de toda peça. Leva a assinatura da Editora Pilatus e o tipo de peça.
- **Capa WalkWise.** Laranja e âmbar da WalkWise, com espaço reservado para o logotipo da escola. A escola é a protagonista.
- **Capa Brasil Bilíngue.** Papel claro, verde e ouro, com a régua do ano letivo marcando formação e apoio, sem datas inventadas.
- **Material real no centro.** Capas e páginas da coleção, nunca imagem de banco. Criança, marca e argumento comercial não aparecem juntos.
- **Assinatura.** Itajaí nunca assina peça. Município nunca ocupa o lugar da marca da escola.
- **Tipografia.** Baloo Paaji 2 nos títulos, Outfit no texto. Sem rosa. Vermelho só se for necessário.

Proposta de conceito visual · rascunho





Fontes: EX, OS, F01, LP. Ver lista de fontes

Oito etapas do painel, três faixas de trabalho.
A venda se perde ou se sustenta nas passagens.

Os nomes das etapas são os da planilha. Fechado e Perdido são desfechos alternativos, e Follow UP volta para a avaliação ou a negociação. Depois do fechamento, propomos uma camada de pós-venda fora do pipeline atual.

	Entrada		Conversa		Decisão		Desfecho		Depois do fechamento · proposta		
Etapa	A Lead Gerado (Prospecção)	B Abordagem Pré-Vendas	C Agendado	D Reunião Realizada	E Em negociação	F Follow UP ↷ volta a D ou E	G Fechado ≺ desfecho alternativo	H Perdido ≺ desfecho alternativo	I Implantação	J Primeiro uso	K Continuidade
Marketing	Captação com mensagem e formulário por frente	Conteúdo que esclarece a dúvida	Confirmação clara e material preparatório	Demonstração e prova autorizada	Materiais ajustados às dúvidas reais	Conteúdo ligado à pendência	Boas-vindas, sem divulgação automática	Lê padrões de origem, mensagem e perfil	Instruções de início	Orientações e dúvidas frequentes	Aprendizado vira conteúdo; prova só autorizada
Comercial	Identifica contas; registra relacionamento, visita e evento	Pré-vendas confere elegibilidade, papel e interesse	Combina participantes, objetivo e pauta	Diagnóstico, demonstração e próximo passo	Escopo, condições e caminho de decisão	Retoma o combinado e atualiza o passo	Formaliza a passagem com o escopo acordado	Registra motivo e etapa de saída	Passa compromissos e contexto	Acompanha riscos sem assumir o pedagógico	Continuidade, reposição ou expansão com contexto
Pedagógico e implantação				Apoia quando a dúvida é de aplicação	Valida o que é compromisso de produto	Demonstração complementar	Recebe o escopo e prepara o início		Define início, participantes e checkpoints	Verifica uso inicial e obstáculos	Acompanha aplicação e formação
Passagem	→ Contato válido segue para pré-vendas ◇ Direção: Comunicação externa aprovada	→ B2G: Secretaria respondeu, liderança comercial assume	→ Pré-vendas passa ao comercial consultivo		◇ Direção: Condições e assinatura	→ Volta a D ou E, fecha, perde ou pausa	→ Comercial passa à implantação ◇ Direção: Formalização	→ Reabre só com fato novo	→ Evidência de início da aplicação	→ Primeiro uso verificado	→ Continuidade documentada

Clique numa etapa para abrir a ficha completa: ações por faixa, diferença entre as frentes, materiais, registro, critério de passagem e indicador.

Fontes: PC, F01, OS. Ver lista de fontes

Entrada.
Contato válido não é contato qualificado, e o registro precisa dizer qual é qual.

A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – K

A Lead Gerado (Prospecção)

Identificar contatos e contas compatíveis, com origem e frente registradas.

Entra com: Contato que chega por campanha, página, relacionamento, indicação, visita ou evento.

Marketing	**online** Captação com mensagem e formulário próprios para cada frente. **offline** Apresentação curta institucional para eventos e visitas.
Comercial	**online** Inteligência comercial identifica contas e interlocutores compatíveis. **offline** Registra contatos vindos de relacionamento, indicação, visita ou evento.
Portão	Toda comunicação externa passa pela direção antes de sair.

WalkWise
Testar conteúdo demonstrativo, busca por intenção e mídia segmentada, com termos que afastem quem procura aula para si.

Brasil Bilíngue
Credibilidade institucional e apoio à prospecção a partir do diagnóstico da rede. Mídia paga depende de decisão específica.

Avança quando
Contato identificável, com informação suficiente para iniciar a qualificação.

Função responsável
Marketing e inteligência comercial.

Indicador
Contatos válidos por origem e frente, separados dos qualificados.

Dados mínimos de registro
Origem, frente, instituição, função do contato, interesse e responsável.

Materiais desta etapa (9)

- Página de entrada WalkWise com qualificação
- Landing Brasil Bilíngue para secretarias (06/11) — conteúdo a revisar
- Formulário de qualificação por frente
- Anúncios dos três territórios propostos
- Piloto editorial: 3 pautas e 1 roteiro (08/11) — frente a confirmar
- Apresentação B2G refeita pela /PLAN (08/11) — repositório /PLAN, a validar
- Apresentação comercial WalkWise anterior — claims sem prova; não reutilizar
- Critérios de perfil em ficha
- Roteiro de ligação e e-mail de abordagem (04/11) — antes do realinhamento

B Abordagem Pré-Vendas

Confirmar se o contato representa uma instituição elegível e se há motivo para conversar.

Entra com: Contato válido, com origem e frente registradas.

Marketing	**online** Conteúdo de esclarecimento conforme a dúvida, e material que ajude a reconhecer se a oferta é adequada.
Comercial	**online** Pré-vendas verifica elegibilidade, contexto, necessidade, papel na decisão e interesse em conversar. **offline** Conversa por telefone ou presencial quando o contato veio de relacionamento.
Portão	Secretaria respondeu: a liderança comercial assume.

WalkWise
Confirmar se é escola ou projeto de escola, quem decide e o que pretende avaliar.

Brasil Bilíngue
Confirmar rede, área responsável e pertinência do diagnóstico. Quando a Secretaria responde, a liderança comercial assume a conversa.

Avança quando
Interesse e aderência suficientes para uma conversa com objetivo definido.

Função responsável
Pré-vendas ou atendimento. No B2G, liderança comercial a partir da resposta da Secretaria.

Indicador
Qualificação registrada e motivos de desqualificação.

Dados mínimos de registro
Aderência ao perfil, necessidade, objeção, responsável e próximo passo.

Materiais desta etapa (7)

- Ficha de qualificação por frente
- Diagnóstico da rede: perguntas e régua quente, morno e frio — régua com cerca de 1 KB
- Roteiro de primeiro contato WalkWise
- FAQ de objeções (06/11)
- FAQ WalkWise
- Rascunhos de abordagem Atlas — rascunho
- Mensagens sugeridas para revisão

Fontes: F01, PC, BW, OS. Ver lista de fontes

Conversa.
Agendamento não é reunião. A reunião conta quando sai com próximo passo combinado.

A – B – **C** – **D** – E – F – G – H ···· I – J – K

C Agendado

Transformar o interesse numa reunião ou visita com objetivo, pauta e participantes certos.

Entra com: Aderência registrada e interesse em conversar.

Marketing	**online** Confirmação clara, breve apresentação e material preparatório, sem disparo automático não autorizado.
Comercial	**online** Combina participantes por função, objetivo e pauta. **offline** Organiza a visita quando ela se justifica por reunião confirmada.

WalkWise
Garantir quem decide na conversa: o dono e, se possível, a coordenação pedagógica.

Brasil Bilíngue
Confirmar gestão e equipe pedagógica na reunião. A liderança comercial conduz o agendamento.

Avança quando
Reunião efetivamente realizada. Agendamento não é reunião concluída.

Função responsável
Pré-vendas e comercial consultivo.

Indicador
Agendamentos e comparecimento.

Dados mínimos de registro
Data, participantes por função, canal, objetivo e responsável.

Materiais desta etapa (4)

- ◌ Convite, confirmação e pauta
- ◌ Checklist da demonstração
- ● Apresentação B2G refeita pela /PLAN (08/11) ■ repositório /PLAN, a validar
- ● Apêndice B2B WalkWise (06/11) interno; não é peça de cliente

D Reunião Realizada

Entender a necessidade, mostrar o que é relevante e sair com próximo passo combinado.

Entra com: Reunião ou visita realizada com quem decide ou avalia.

Marketing	**online** Demonstrações, conteúdo de produto e prova autorizada para a necessidade identificada.
Comercial	**online** Conduz diagnóstico, demonstra o que é relevante e registra objeções. **offline** Visita técnica quando a rede ou a escola pede presença.
Pedagógico	Apoia a demonstração quando a dúvida é de aplicação em sala.

WalkWise
Avaliar material, identidade da escola, transição de método e apoio necessário.

Brasil Bilíngue
Avaliar contexto da rede, aplicação pedagógica, formação e implantação, separado da análise administrativa.

Avança quando
Decisão de aprofundar a avaliação ou negociar, com necessidades identificadas.

Função responsável
Comercial consultivo, com apoio pedagógico quando necessário.

Indicador
Reuniões realizadas, avaliações iniciadas e objeções recorrentes.

Dados mínimos de registro
Diagnóstico, critérios de decisão, dúvidas e próximo passo acordado.

Materiais desta etapa (7)

- ◌ Apresentação consultiva WalkWise ■
- ● Site de amostras Brasil Bilíngue (flipbooks) ■ página pública no ar
- ◌ Kit demonstrativo WalkWise ■ só desenho no escopo E06
- ◌ Roteiro de demonstração
- ● Diagnóstico da rede (06/11) ■
- ◌ Ficha de diagnóstico da escola ■
- ◌ Checklist de avaliação e resumo da conversa

Fontes: F01, PC. Ver lista de fontes

Decisão.
Negociar é organizar escopo e caminho. Acompanhar é tratar a pendência, não insistir.

A – B – C – D – **E** – **F** – G – H ···· I – J – K

E Em negociação

Organizar escopo, condições e caminho de decisão com quem tem competência para isso.

Entra com: Decisão de aprofundar ou negociar, com necessidades identificadas.

Marketing	online Adapta os materiais de apoio às dúvidas reais, sem criar promessa nova.
Comercial	Organiza escopo, condições e caminho de decisão com as funções autorizadas.
Pedagógico	Valida o que é compromisso de produto: etapas, formação e apoio.
Portão	Condições comerciais, preço e assinatura ficam com a direção.

WalkWise
Proposta de fornecimento e implantação compatível com a capacidade real do apoio 30/60.

Brasil Bilíngue
Encaminhamento administrativo competente só diante de interesse. O processo da rede não é compra privada.

Avança quando
Decisão formal ou pendência específica para acompanhamento.

Indicador
Oportunidades em negociação e motivos de bloqueio.

Função responsável
Comercial, pedagógico e direção, cada um na sua competência.

Dados mínimos de registro
Escopo em análise, pendências, validadores e próximo marco.

Materiais desta etapa (7)

- ◌ Modelo de proposta WalkWise sujeito à aprovação ■ sem preço nesta peça
- ○ Propostas B2G de 2024 e 2025 ■ estrutura, não valores
- ○ Manual de sucesso do parceiro e tiers comerciais ■ citados, não abertos
- ◌ Plano de implantação proposto
- ● FAQ de objeções (06/11) ■
- ○ Checklist de edital B2G (05/11) ■ retrato datado
- ● Ofício e Guia de Adesão uso restrito; só para rede interessada

F Follow UP

Retomar o combinado e resolver a pendência que impede a decisão.

Entra com: Pendência específica ou espera com motivo conhecido.

Marketing	online Conteúdo útil ligado à pendência, não uma sequência genérica de insistência.
Comercial	Retoma o combinado, esclarece dúvidas e atualiza o próximo passo.
Pedagógico	Demonstração complementar quando a dúvida é de aplicação.

WalkWise
Pendência de escopo do apoio ou de momento de adoção se resolve com escopo escrito e data combinada.

Brasil Bilíngue
Pendência administrativa fica com a rede. A Pilatus acompanha pelo interlocutor e pela liderança comercial.

Avança quando
Volta à avaliação ou à negociação, fecha, perde ou pausa com motivo. Sem sequência linear imposta.

Indicador
Oportunidades sem próximo passo e tempo entre interações, sem prazo-alvo inventado.

Função responsável
Comercial, com apoio de marketing e pedagógico.

Dados mínimos de registro
Última interação, motivo da espera, próxima ação e responsável.

Materiais desta etapa (4)

- ◌ Resumo da reunião
- ◌ Mensagem de acompanhamento sugerida
- ◌ Resposta à objeção, por tipo
- ● Portal Pilatus para demonstração complementar ■ página pública no ar

Fontes: F01, F02, OS, PC. Ver lista de fontes

Desfecho.

Fechado e Perdido são saídas alternativas. As duas precisam de registro para ensinar alguma coisa.

A – B – C – D – E – F – G – H ··· I – J – K

No painel, Perdido é uma etapa e apaga a etapa em que a perda aconteceu. Propomos registrar a etapa de saída em campo próprio, como o CRM B2G já separa etapa de resultado.

G Fechado

Formalizar a decisão e passar à implantação o escopo que foi de fato acordado.

Entra com: Decisão formal com evidência.

Marketing	Prepara boas-vindas e conteúdos de uso, sem divulgação pública automática do cliente.
Comercial	Formaliza a passagem à implantação, preservando o escopo acordado.
Implantação	Recebe o escopo e prepara o início da entrega.
Portão	A direção formaliza condições e assinatura.

WalkWise

Escopo do apoio 30/60 e marcos de implantação escritos na passagem.

Brasil Bilíngue

Calendário das 4 formações anuais e do apoio no ano letivo pactuado com a rede.

Avança quando

Entra em implantação só com formalização e passagem suficientes.

Indicador

Fechamentos formalizados e passagens completas.

Função responsável

Direção na formalização, comercial na passagem, implantação e pedagógico no início da entrega.

Dados mínimos de registro

Evidência do fechamento, escopo, responsáveis e marcos acordados.

Materiais desta etapa (4)

- Registro de formalização
- Resumo de escopo
- Checklist de passagem à implantação
- Plano de início e boas-vindas

H Perdido

Registrar por que a oportunidade terminou, e em que etapa, sem presumir preço ou concorrência.

Entra com: Encerramento em qualquer etapa, com motivo real.

Marketing	Analisa padrões de origem, mensagem e perfil. Não recoloca o contato numa campanha automaticamente.
Comercial	Registra motivo, etapa de saída e contexto.

WalkWise

Separar motivo de perfil, como quem estava no antiperfil, de motivo de oferta, como escopo, momento ou condição.

Brasil Bilíngue

Separar decisão da rede, como prioridade, calendário ou caminho administrativo, de objeção ao material.

Encerra quando

Encerramento registrado. Reabertura só com fato novo, nunca por insistência automática.

Indicador

Perdas por motivo e por etapa de saída.

Função responsável

Comercial e análise de marketing.

Dados mínimos de registro

Motivo, etapa de saída, contexto e possibilidade legítima de retomada.

Materiais desta etapa (3)

- Categorias de perda
- Ficha de aprendizado
- Critérios de reabertura

Fontes: F01, PC, CRM. Ver lista de fontes

Depois do fechamento, uma camada proposta.
A venda só se confirma quando o material está em uso.

A – B – C – D – E – F – G – H ··· I – J – K

Implantação, primeiro uso e continuidade não existem no pipeline atual. Ficam numa camada separada, com dono pedagógico, para não confundir compra com uso, nem uso com resultado educacional.

I **Implantação** camada proposta, fora do pipeline

Começar a aplicação com responsáveis, calendário e checkpoints viáveis.

Entra com: Passagem completa: escopo, responsáveis e marcos.

Marketing	Organiza instruções de início e materiais de orientação.
Comercial	Passa compromissos e contexto à implantação.
Implantação	Define início, participantes e checkpoints viáveis.

WalkWise
Time de implantação proposto, dentro do escopo combinado para o apoio 30/60.

Brasil Bilíngue
Formações e apoio no ano letivo pactuados com a rede.

Avança quando
Evidência do início da aplicação, não apenas material entregue.

Função responsável
Implantação e pedagógico.

Indicador
Implantações iniciadas com evidência.

Dados mínimos de registro
Início, participantes, checkpoints e evidência de início.

Materiais desta etapa (4)

- Checklist de implantação
- Guia de início
- Calendário acordado
- Orientação ao professor

J **Primeiro uso** camada proposta, fora do pipeline

Verificar o uso inicial e encaminhar os obstáculos.

Entra com: Aplicação iniciada.

Marketing	Apoia o acesso a orientações e dúvidas frequentes.
Comercial	Acompanha riscos sem assumir a função pedagógica.
Pedagógico	Verifica uso inicial, obstáculos e necessidade de apoio.

WalkWise
Check-in dentro do bloco de apoio, com a coordenação da escola.

Brasil Bilíngue
Registro de aplicação nas escolas da rede, por meio do interlocutor.

Avança quando
Primeiro uso verificado e obstáculos encaminhados.

Função responsável
Pedagógico, com acompanhamento comercial de risco.

Indicador
Primeiro uso verificado e obstáculos por tipo.

Dados mínimos de registro
Uso observado, dúvidas, obstáculos e encaminhamento.

Materiais desta etapa (3)

- Checklist de primeiro uso
- Registro de dúvidas
- Roteiro de acompanhamento

K **Continuidade** camada proposta, fora do pipeline

Acompanhar aplicação e formação, e entender por que o cliente fica ou sai.

Entra com: Primeiro uso verificado.

Marketing	Transforma aprendizado em conteúdo e, quando autorizado, em prova de uso.
Comercial	Revisa continuidade, reposição ou expansão quando houver contexto real.
Pedagógico	Acompanha aplicação e necessidades de formação.

WalkWise
Reposição de material e revisão do apoio ao fim do bloco.

Brasil Bilíngue
O livro do professor traz ficha de avaliação por habilidade, que pode virar registro de uso se a rede autorizar.

Avança quando
Continuidade documentada, com motivo de permanência ou saída.

Função responsável
Pedagógico, comercial e marketing, cada um na sua parte.

Indicador
Continuidade documentada e razões de permanência ou saída, sem confundir compra com impacto educacional.

Dados mínimos de registro
Uso, formação realizada, motivo de permanência ou saída.

Materiais desta etapa (4)

- Registro de acompanhamento
- ○ Ficha de avaliação por habilidade no livro do professor ■ conferir na edição atual
- Revisão de uso
- Proposta de continuidade

Fontes: F01, F02, K1. Ver lista de fontes

O que precisa existir em cada etapa, e o que já existe de fato.

Um material citado em plano não é arquivo pronto, atualizado ou aprovado. A classificação vem da listagem da pasta Pilatus 2027 em 08/11/2026.

■ WalkWise ■ Brasil Bilíngue · sem marcador: as duas frentes

A	Lead Gerado (Prospecção)	◌ Página de entrada WalkWise com qualificação ■ · ● Landing Brasil Bilíngue para secretarias (06/11) ■ conteúdo a revisar · ◌ Formulário de qualificação por frente · ◌ Anúncios dos três territórios propostos ■ · ○ Piloto editorial: 3 pautas e 1 roteiro (08/11) frente a confirmar · ● Apresentação B2G refeita pela /PLAN (08/11) ■ repositório /PLAN, a validar · ○ Apresentação comercial WalkWise anterior claims sem prova; não reutilizar · ◌ Critérios de perfil em ficha · ○ Roteiro de ligação e e-mail de abordagem (04/11) ■ antes do realinhamento
B	Abordagem Pré-Vendas	◌ Ficha de qualificação por frente · ○ Diagnóstico da rede: perguntas e régua quente, morno e frio ■ régua com cerca de 1 KB · ◌ Roteiro de primeiro contato WalkWise ■ · ● FAQ de objeções (06/11) ■ · ◌ FAQ WalkWise ■ · ○ Rascunhos de abordagem Atlas ■ rascunho · ◌ Mensagens sugeridas para revisão
C	Agendado	◌ Convite, confirmação e pauta · ◌ Checklist da demonstração · ● Apresentação B2G refeita pela /PLAN (08/11) ■ repositório /PLAN, a validar · ● Apêndice B2B WalkWise (06/11) interno; não é peça de cliente
D	Reunião Realizada	◌ Apresentação consultiva WalkWise ■ · ● Site de amostras Brasil Bilíngue (flipbooks) ■ página pública no ar · ◌ Kit demonstrativo WalkWise ■ só desenho no escopo E06 · ◌ Roteiro de demonstração · ● Diagnóstico da rede (06/11) ■ · ◌ Ficha de diagnóstico da escola ■ · ◌ Checklist de avaliação e resumo da conversa
E	Em negociação	◌ Modelo de proposta WalkWise sujeito à aprovação ■ sem preço nesta peça · ○ Propostas B2G de 2024 e 2025 ■ estrutura, não valores · ○ Manual de sucesso do parceiro e tiers comerciais ■ citados, não abertos · ◌ Plano de implantação proposto · ● FAQ de objeções (06/11) ■ · ○ Checklist de edital B2G (05/11) ■ retrato datado · ● Ofício e Guia de Adesão uso restrito; só para rede interessada
F	Follow UP	◌ Resumo da reunião · ◌ Mensagem de acompanhamento sugerida · ◌ Resposta à objeção, por tipo · ● Portal Pilatus para demonstração complementar ■ página pública no ar
G	Fechado	◌ Registro de formalização · ◌ Resumo de escopo · ◌ Checklist de passagem à implantação · ◌ Plano de início e boas-vindas
H	Perdido	◌ Categorias de perda · ◌ Ficha de aprendizado · ◌ Critérios de reabertura
I	Implantação proposta	◌ Checklist de implantação · ◌ Guia de início · ◌ Calendário acordado · ◌ Orientação ao professor
J	Primeiro uso proposta	◌ Checklist de primeiro uso · ◌ Registro de dúvidas · ◌ Roteiro de acompanhamento
K	Continuidade proposta	◌ Registro de acompanhamento · ○ Ficha de avaliação por habilidade no livro do professor ■ conferir na edição atual · ◌ Revisão de uso · ◌ Proposta de continuidade

O que cada status quer dizer

● **Existência confirmada** o arquivo ou a página existe, conferido em 08/11/2026 na pasta Pilatus 2027, no repositório da /PLAN ou no endereço público; não quer dizer aprovado nem revisado

○ **A verificar** existe em versão anterior ao realinhamento de 06/11 ou foi citado sem ser aberto

○ **Referência histórica** existe, mas é de outro ciclo ou contexto; serve de estrutura, não de peça

◌ **A produzir** não há arquivo correspondente

Fontes: PASTA, OS, BW, F03. Ver lista de fontes

O painel comercial já tem as oito etapas. Falta ligar o registro de cada oportunidade ao que se quer acompanhar.

Pipeline vazio
Nenhuma célula preenchida no intervalo de dados, B6:L1003. Fonte: PC.

KPIs não leem o pipeline
São grades de digitação diária por vendedor. O pipeline alimenta só a contagem por etapa.

Valores que não são resultado
Há valores digitados na linha de realizado e metas de exemplo do modelo. Não são resultados nem metas da Pilatus.

Sem visão por frente
O campo de produto tem opções genéricas e nenhuma fórmula o lê. Brasil Bilíngue não aparece no painel.

O que existe

Planilha "[WALKWISE] Painel da Gestão Comercial, Mensal, 2026", com 47 abas: pipeline, metas, KPIs diários por vendedor, funil e dashboards. Fonte: PC.

Pipeline com data de entrada, fonte do lead, etapa, produto, ticket, vendedor, data do fechamento e observações.

Lista suspensa com as oito etapas na mesma grafia usada nesta apresentação.

→

O que falta registrar

14 dos 19 dados mínimos de registro não têm coluna no pipeline, e 3 existem só em parte. Fonte: PC, leitura de 08/11/2026.

Frente · instituição · função do contato · interesse · aderência ao perfil · necessidade · objeção · próximo passo e data · data da reunião · participantes por função · escopo em análise · pendências · motivo de perda · etapa de saída · evidência de fechamento · passagem à implantação

→

Conexão proposta

Registrar cada oportunidade no pipeline com os campos que faltam.

Ler por coorte, frente e origem, separando válido de qualificado.

Levar a leitura às reuniões semanal e mensal, com decisão registrada.

Correspondência com o CRM B2G, que usa outras etapas

O B2G vive em outra planilha, o CRM Pilatus: conta por município, etapa separada de resultado, portões de aprovação e opt-out. Até o registro de 05/11/2026, nenhum contato tinha sido realizado. Fonte: CRM e OS.

Etapa no CRM B2G	Etapa no painel
Diagnosticado · Aprovado · Enviado · Aberto	Lead Gerado (Prospecção)
Respondido	Abordagem Pré-Vendas
Conversa	Agendado · Reunião Realizada
Proposta	Em negociação · Follow UP
Adesão	Fechado
Resultado: Perdido · Pausado	Perdido, com etapa de saída · Follow UP com data

○ Proposta de conexão. Nada foi alterado nas planilhas e nenhuma integração foi testada.

Fontes: PC, CRM, OS, F01. Ver lista de fontes

Cinco leituras, nenhuma meta inventada.
Primeiro a linha de base, depois o alvo.

Cada leitura responde a uma pergunta de gestão e pede um dado que hoje não é registrado. O primeiro trabalho é registrar; a meta vem depois.

Origem e aderência	Avanço entre etapas	Perdas e bloqueios	Passagem à implantação	Uso e continuidade
Contatos válidos por origem e frente.	Agendamentos e comparecimento.	Perdas por motivo e etapa de saída.	Fechamentos formalizados.	Primeiro uso verificado.
Qualificados sobre válidos, na mesma coorte.	Reuniões com próximo passo documentado.	Oportunidades sem próximo passo.	Passagens completas no checklist.	Obstáculos por tipo.
Motivos de desqualificação.	Avanço por etapa, com janela de observação explícita.	Tempo entre interações, com mediana e casos abertos.	Implantações iniciadas com evidência.	Continuidade documentada, com motivo.
Linha de base: um primeiro ciclo de registro completo.	Sem histórico de conversão confiável em 2025.	Categorias de perda acordadas antes do primeiro registro.	Denominador definido com editora e rede.	Separar acesso, uso e aprendizagem.

Seguidores, impressões e cliques são sinais de distribuição, não resultado. Conversão de plataforma não se soma ao CRM e não vira cliente. Denominador zero é “não calculável”, não desempenho zero.

Fontes: F01, F02, PC. Ver lista de fontes

Objetivo, resultado verificável e iniciativa, separados, e sem número antes da linha de base.

O formato vem das referências de planejamento: o objetivo diz aonde chegar, o resultado diz como verificar, a iniciativa diz o que fazer. A meta numérica entra quando houver linha de base, capacidade e responsável.

Objetivo	Resultado verificável	Iniciativas	Antes de fixar meta
WalkWise **Atrair escolas compatíveis e encaminhar cada conversa com próximo passo definido.**	Parcela dos contatos válidos que são escolas com decisor identificado, e avaliações realizadas com fit.	Página e formulário que separam escola de aluno; roteiro de qualificação; registro de origem.	Medir um ciclo completo de captação.
Brasil Bilíngue **Abrir conversas técnicas com redes que têm necessidade e interlocutor.**	Reuniões técnicas com necessidade, responsável e próxima decisão documentados.	Diagnóstico da rede; passagem à liderança comercial; ficha de reunião.	Registrar as primeiras respostas. O CRM ainda não tem histórico de contato.
Ambas as frentes **Passar à implantação sem perder o que foi combinado.**	Fechamentos com checklist de passagem completo, e implantações com evidência de início.	Checklist de passagem; plano de início; registro de escopo.	Definir o denominador com editora e rede.
Ambas as frentes **Aprender com perdas e com a continuidade.**	Perdas com motivo e etapa de saída; continuidade com motivo registrado.	Categorias de perda; ficha de aprendizado; revisão de uso.	Acordar as categorias antes do primeiro registro.

Resultado verificável não é entrega: “lançar a página” é iniciativa; “avaliações realizadas com fit” é resultado. As metas do planejamento antigo não voltam: nenhuma tinha linha de base.

Fontes: F01, K5, K3, H5. Ver lista de fontes

Semana executa, mês lê, ciclo replaneja.
Marketing, comercial e pedagógico na mesma mesa.

Três conversas, cada uma com participantes, pauta, artefato e decisão. O primeiro relatório pode ser manual.

Semanal · Operação

Quem
Pré-vendas, comercial e marketing. Pedagógico quando houver demonstração.

Pauta
Oportunidades sem próximo passo, objeções novas, passagens pendentes e capacidade da semana.

Artefato
Pipeline atualizado e lista viva por frente.

Sai com
Quem faz o quê até a próxima semana.

Mensal · Gestão

Quem
Liderança comercial, marketing, pedagógico e direção.

Pauta
As cinco leituras por frente, perdas por motivo, uso e obstáculos, afirmações e peças a aprovar.

Artefato
Relatório gerencial, que pode ser manual.

Sai com
Ajustar mensagem, canal, critério ou capacidade.

Por ciclo · Estratégia

Quem
Sócios e direção.

Pauta
O que as frentes mostraram, prioridade e capacidade, metas se já houver linha de base.

Artefato
Revisão de objetivos e resultados verificáveis.

Sai com
Manter, ajustar, pausar ou ampliar.

Cadência proposta. Nenhuma rotina foi criada e nenhuma reunião foi agendada.

Fontes: F01, K1, K4. Ver lista de fontes

Duas funções estão confirmadas.
O ritmo de captação depende das que ainda não têm dono.

Confirmadas

Direção
Aprova toda comunicação externa, condições comerciais, preço e assinatura.

Liderança comercial
Assume a conversa quando uma Secretaria responde e coordena o comercial B2G.

Propostas para esta operação · dono e capacidade a definir

Marketing e conteúdo
Mensagem, página, conteúdo e leitura de origem.

Mídia
Opera Google e Meta com verba aprovada.

Inteligência comercial
Identifica contas e interlocutores compatíveis.

Pré-vendas e atendimento
Qualifica, registra e passa ao comercial.

Comercial consultivo B2G
Prepara e conduz reuniões com a liderança comercial. Não negocia preço nem assina.

Pedagógico da editora
Valida produto, apoia demonstrações, conduz formação e apoio. Existe na editora; capacidade a dimensionar.

Implantação WalkWise
Executa o apoio 30/60. Quem opera ainda não foi definido.

Criação e produção
Criativos, página, kit e logística, por contratação própria.

Corrente de capacidade: as perguntas que definem o ritmo, e as metas

Captar	Qualificar	Conversar	Implantar
Marketing	Pré-vendas	Comercial	Pedagógico e implantação
Quantos contatos válidos por semana a pré-vendas consegue responder?	Quantas avaliações por semana cabem na agenda de quem decide?	Quantas reuniões técnicas o comercial conduz, com que deslocamento?	Quantas escolas o apoio 30/60 acompanha ao mesmo tempo, e quantas redes a equipe forma por ano?

O elo mais estreito define o ritmo. Captar acima dele só amplia o atrito. Função proposta não é vaga aberta nem equipe existente.

Fontes: F01, F02, F03, OS, BW. Ver lista de fontes

Produzir primeiro o que destrava a conversa.
Depois o que traz contato. Por último o que escala.

Antes de qualquer contato

1 Critérios de perfil e ficha de qualificação
Ambas as frentes

Define o que é contato válido e o que é qualificado.

Depende de: validação dos sócios nesta reunião

2 Biblioteca de afirmações com fonte
Ambas as frentes

Cada afirmação com produto, fonte, status e aprovador.

Depende de: pedagógico da editora

3 Escopo do apoio 30/60
WalkWise

Duração, módulos, carga, início e limites.

Depende de: editora, pedagógico e direção

Para abrir conversa

4 Convite à avaliação e roteiro de qualificação
WalkWise

Leva a conversa a quem decide, com perguntas que registram fit.

Depende de: 1 e 3

5 Página de entrada e peça de captação
WalkWise

Fala com quem dirige a escola desde a primeira linha.

Depende de: 1, 3 e 4; responsável pelo retorno; aprovação da direção

6 Peça institucional de abertura de diagnóstico
Brasil Bilíngue

Abre a conversa com dado público e pergunta.

Depende de: diagnóstico da rede vigente; aprovação da direção

7 Apresentação de apoio à conversa pedagógica
Brasil Bilíngue

Mostra a aula, o Portal e a formação para quem avalia.

Depende de: revisão do deck B2G de 08/11 com o pedagógico

Depois das primeiras reuniões

8 Resumo pós-reunião
Ambas as frentes

Fixa o combinado entre uma conversa e a seguinte.

Depende de: campos de próximo passo no pipeline

9 Material de objeções
Ambas as frentes

Classifica a objeção antes de responder.

Depende de: objeções reais registradas

10 Checklist de passagem à implantação
Ambas as frentes

Garante que o escopo formalizado chegue a quem implanta.

Depende de: escopo do apoio e responsáveis de implantação

Fases propostas no planejamento expandido, de F0 a F4

F0
Fechar verdade e capacidade

Oferta 30/60, ficha Atitude, afirmações com fonte, responsáveis e linha de base disponível.

Depende de: Diego, pedagógico e operação

F1
Preparar a cadeia de conversão

Briefs de canal, página, kit, pipeline e roteiros.

Depende de: Operadores definidos; nada publicado

F2
Piloto condicionado

Lotes limitados de aquisição e carteira B2G, só com autorização específica.

Depende de: Verba, conteúdo e aprovação da direção

F3
Corrigir e decidir

Rever mensagem, operação e implantação a partir do piloto.

Depende de: Coortes observáveis

F4
Continuidade e prova

Cases autorizados, leitura de uso e expansão de Atitude.

Depende de: Consentimentos e validação técnica

Sem datas aprovadas. Cada fase começa por decisão e insumo, não pela data deste documento.

Fontes: F01, F02, F03. Ver lista de fontes

Peças-piloto WalkWise.
Falar com quem dirige a escola, e deixar isso claro na primeira linha.

O Rascunhos de copy e layout para validação. Não publicar, não enviar e não usar como peça final sem aprovação da direção.

Peça de captação

Anúncio 4:5 para Meta

Serve a: Lead Gerado (A)

Evita: atrair quem procura aula para si

Depende de: escopo 30/60 e página de entrada

Proposta

Para donos e coordenação de escolas de idiomas

Sua escola não precisa trocar de nome para ganhar estrutura.

Método de inglês, material com a identidade da sua escola e apoio para começar. Avalie o material antes de decidir.

Agendar avaliação da escola

WalkWise METHOD — Editora Pilatus

Página de entrada

Primeira dobra e formulário

Serve a: Lead Gerado e Abordagem Pré-Vendas (A e B)

Evita: formulário que trata aluno e escola do mesmo jeito

Depende de: peça de captação, responsável pelo retorno, aprovação da direção e escopo do apoio 30/60 (Fonte: F02, âncora a dimensionar)

Proposta

WalkWise · método para escolas independentes

Sua escola continua sendo sua.

O método, o material com a sua identidade e o apoio à implantação entram para dar estrutura à próxima etapa.

- Como o material funciona na aula
- Como fica a marca da sua escola
- O que entra no apoio dos primeiros 30 ou 60 dias
- Como é a avaliação da escola

Quem está preenchendo?

- ○ Dirijo ou coordeno uma escola de idiomas
- ○ Sou professor e estou estruturando minha escola
- Procuro aulas de inglês para mim ou para minha família
- ○ Este canal atende escolas. Para estudar, procure uma escola de idiomas da sua cidade.

Pedir avaliação

WalkWise METHOD — Editora Pilatus

Convite e roteiro de qualificação

Mensagem de convite e perguntas de pré-vendas

Serve a: Abordagem Pré-Vendas e Agendado (B e C)

Evita: reunião sem quem decide

Depende de: critérios de perfil aprovados

Proposta

Convite · avaliação do material

Vamos ver juntos se o material cabe na sua escola?

Uma conversa curta com quem decide e com a coordenação: etapas atendidas, como é a aula, o que muda com a marca da escola e o que o apoio cobre.

Pergunta de pré-vendas	Registra
A escola está em operação ou em estruturação?	perfil
Quem decide sobre material e quem coordena as aulas?	papel na decisão
Que etapas e turmas a escola atende hoje?	etapa compatível
Que material usa hoje e quando pensa em trocar?	janela de adoção
O que espera do apoio: só material, crescimento ou marca?	perfil de apoio
Quem acompanharia a implantação na escola?	responsável

WalkWise METHOD — Editora Pilatus

Fontes: F01, BW, H4, EX. Ver lista de fontes

Peças-piloto Brasil Bilíngue.
Abrir com diagnóstico, conversar com o pedagógico, deixar o caminho administrativo com a rede.

O Rascunhos de copy e layout para validação. Não publicar, não enviar e não usar como peça final sem aprovação da direção.

Peça institucional de abertura de diagnóstico

Uma página, digital ou impressa

Serve a: Lead Gerado e Abordagem Pré-Vendas (A e B)

Evita: crítica à gestão e promessa de resultado

Depende de: diagnóstico da rede vigente e aprovação da direção antes de qualquer envio

Programa Brasil Bilíngue · para a Secretaria de Educação

Proposta

Um retrato da sua rede para começar a conversa sobre inglês.

Preparamos uma leitura da rede com dados públicos e algumas perguntas: em que etapas o inglês é ofertado, com que material e como a formação se organiza.

- O que os dados públicos mostram sobre a rede
- Perguntas para a equipe pedagógica
- Como funciona uma avaliação do material

Caminho de compra: O material já foi licitado. A sua rede adere ao resultado.

Agendar conversa técnica

Brasil Bilíngue Pilatus educativa

Apoio à conversa com a equipe pedagógica

Roteiro de apresentação para reunião técnica

Serve a: Reunião Realizada (D)

Evita: apresentação de venda para quem avalia aplicação

Depende de: revisão do deck B2G de 08/11 com o pedagógico

Roteiro · reunião com a equipe pedagógica

Proposta

Como o material entra na aula e quem apoia o professor.

- O que a rede contou no diagnóstico
- Uma unidade por dentro: página, áudio e atividade
- Portal Pilatus: planejamento e avaliação
- Formação: 4 formações anuais e apoio no ano letivo
- O que a rede organiza para começar
- Próximo passo combinado

Sem preço, ata, vigência ou saldo. Sem Ideb como efeito do programa.

Brasil Bilíngue Pilatus educativa

Fontes: F01, OS, LB, EX. Ver lista de fontes

Peças comuns às duas frentes.
O que segura a conversa entre uma reunião e a seguinte.

O Rascunhos de copy e layout para validação. Não publicar, não enviar e não usar como peça final sem aprovação da direção.

Resumo pós-reunião

Modelo enviado depois de cada conversa

Serve a: Reunião Realizada e Follow UP (D e F)

Evita: combinado que só existe na memória de quem estava

Depende de: campos de próximo passo, data e responsável no pipeline

Proposta

Resumo da conversa · modelo

O que conversamos e o que fica combinado.

Enviado só depois de revisado. Sem condição comercial que a direção não tenha aprovado.

O que entendemos da necessidade	[preencher]
O que mostramos	[material, amostra ou Portal]
Dúvidas em aberto	[cada uma com responsável]
Próximo passo	[o quê, quem e quando]

Enviado só depois de revisado. Sem condição comercial que a direção não tenha aprovado.

PILATUS educativa — Uso interno e com cliente

Material de objeções

Guia interno de pré-vendas e comercial

Serve a: Abordagem, reunião, negociação e Follow UP (B a F)

Evita: responder ceticismo como se fosse preço

Depende de: objeções reais registradas nas primeiras reuniões

Proposta

Objeções · classificar antes de responder

Cada tipo de objeção pede uma resposta diferente.

Formulações de exemplo, não falas de entrevista. O repertório real nasce do registro das reuniões.

Tipo	O que pede	Formulação de exemplo
Ceticismo	Prova no cenário do cliente	Funciona numa escola como a minha?
Incompreensão	Explicar melhor a oferta	A formação também está incluída?
Indiferença	Diferença ligada ao que já tem	O material que usamos já atende.
Preço	Reapresentar valor, só com a direção	Está acima do que pensávamos.
Impedimento real	Pausar com data ou desqualificar	Só no próximo ciclo de planejamento.

Formulações de exemplo, não falas de entrevista. O repertório real nasce do registro das reuniões.

PILATUS educativa — Uso interno e com cliente

Checklist de passagem à implantação

Lista conferida antes de começar

Serve a: Fechado e Implantação (G e I)

Evita: implantação que começa sem escopo

Depende de: escopo do apoio: 30/60 no B2B, formações e apoio letivo no B2G

Proposta

Passagem à implantação · checklist

Nada começa antes de estes itens estarem conferidos.

- [ ] Escopo acordado por escrito, igual ao formalizado
- [ ] Responsável identificado na escola ou na rede
- [ ] Etapas, turmas e materiais confirmados
- [ ] Acesso ao Portal e canal de suporte ativos
- [ ] Calendário de formação ou do bloco de apoio combinado
- [ ] Primeiro checkpoint marcado
- [ ] O que não está incluído, escrito

PILATUS educativa — Uso interno e com cliente

Fontes: F01, MO, PC. Ver lista de fontes

Nove decisões para sair desta sala.
Aprovar, ajustar ou adiar, com dono e insumo.

Aprovar a direção estratégica não equivale a comprar toda a execução. Cada linha libera, ou não, uma parte do trabalho.

1	**Prioridade e recorte** Dono: Sócios e direção	Qual frente avança primeiro, com que capacidade simultânea, e quais escolas e municípios entram.
2	**Apoio WalkWise 30/60** Dono: Direção, editora e pedagógico	Quem opera, com quais módulos, carga, início e limites.
3	**Equipe de aquisição e atendimento** Dono: Direção e operação	Quem cria anúncios, desenvolve a página, opera mídia e responde aos contatos.
4	**Comercial consultivo e viagens** Dono: Direção e liderança comercial	Quem atua com a liderança comercial e qual política de deslocamento será aprovada.
5	**Kit demonstrativo** Dono: Direção, editorial e operação	Composição, lote piloto, critério de elegibilidade, gráfica e logística.
6	**Peças-piloto e pipeline** Dono: Direção e operação	Quais peças entram em produção primeiro e quem mantém o pipeline com os campos novos.
7	**Atitude** Dono: Editora, pedagógico e direção	Quem responde às lacunas da ficha de produto e valida a rota própria.
8	**Referência Itajaí** Dono: Editora e rede, com a direção	Quais dados e autorizações sustentam uma referência, sem depoimento nem número não validado.
9	**Contratação dos lotes** Dono: Direção, com revisão jurídica	Quais lotes técnicos entram, com que limites, revisões e marcos.

Hipóteses que seguem abertas

- Janela de compra das escolas privadas
- Capacidade real do apoio 30/60
- Composição e rota de Atitude
- Aderência do público captado em 2025
- Resposta das secretarias ao contato institucional

Fontes: F02, F01, F03, RA. Ver lista de fontes